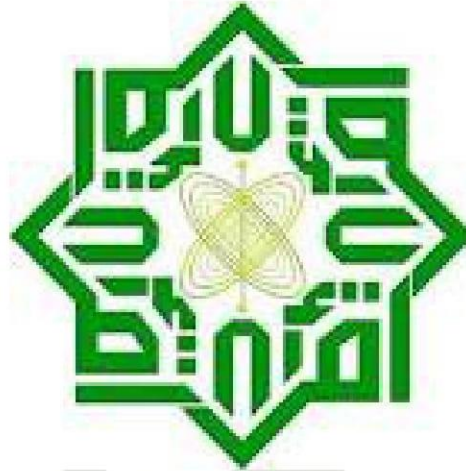




**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh :

**HAVIZHAH AZKIYAH**  
**NIM. 11443201430**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAN DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2020**

### PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : **Havizhah Azkiyah**  
NIM : 11443201430  
Judul : **Strategi Komunikasi Radio RBT 90 FM Pekanbaru dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar pada Program RBT Talk 90**

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 9 Oktober 2020

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, November 2020

Dekan,

  
**Dr. Nurdin, M.A**

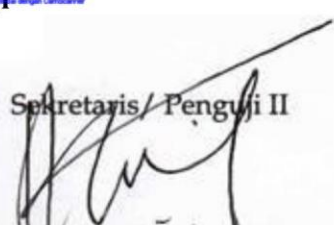
NIP. 19660620 200604 1 015

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

  
**Dr. Toni Hartono, M.Si**  
NIP. 19780605 200701 1 024

Sekretaris/ Penguji II

  
**Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd**  
NIK. 130311014

Penguji III



**Dr. Titi Antin, M.Si**  
NIP. 19700301 199903 2 002

Penguji IV



**Intan Kemala, M.Si**  
NIP. 19810612 200801 2 017

Pekanbaru, Agustus 2020

No : Nota dinas  
Lampiran : (Eksemplar)  
Hal : Pengujian Skripsi

Kepada Yth,

**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau**

Di\_

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberi bimbingan serta perubahan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing menyetujui bahwa skripsi saudara

**Nama : HAVIZHAH AZKIYAH**

**NIM 11443201430**

**Jurusan : ILMU KOMUNIKASI**

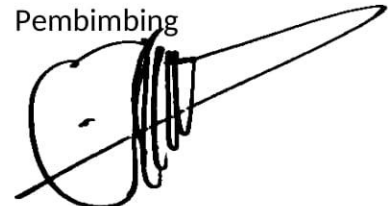
**Kosentrasi : BROADCASTING**

Dapat diajukan untuk ujian skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul **“Strategi Komunikasi Radio RBT 90 FM Pekanbaru dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar pada Program RBT Talk 90”**

Harapan kami untuk diajukan pada ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas IslamNegeri Sultan Syarif kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian bapak kami ucapka terima kasih.

Pembimbing



Edison, S.Sos.M.I.Kom  
Nik. 130471082



## PERNYATAAN ORISINILITAS

**NAMA : HAVIZHAH AZKIYAH**

**NIM : 11443201430**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : **Strategi Komunikasi Radio RBT 90 FM Pekanbaru dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar pada Program RBT Talk 90**. Adalah betul-betul karya sendiri. Hal hal bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditujukan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima saksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, Oktober 2020

**Yang membuat pernyataan,**



**HAVIZHAH AZKIYAH**

**NIM : 11443201430**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**ABSTRAK**

**Nama : Havizhah Azkiyah**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Strategi Komunikasi Radio RBT 90 FM Pekanbaru dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar pada Program RBT Talk 90**

Dalam mewujudkan pendengar yang Loyal, di butuhkan strategi komunikasi dalam penyiaran Radio. Program Radio RBT Talk 90 sebagai salah satu program unggulan Radio RBT memiliki banyak penggemar mulai dari kalangan muda hingga dewasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang di lakukan radio RBT dalam meningkatkan Loyalitas pendengar pada program RBT Talk 90. Adapun metode yang di gunakan adalah metode penelitian kualitatif. Teori yang di gunakan dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi dengan pengenalan khalayak, pengumpulan pesan, menetapkan metode pesan, serta pemilihan media komunikasi. Teknik pengumpulan data didapatkan dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Kesimpulan dari penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang di gunakan dalam meningkatkan loyalitas pendengar pada program RBT Talk 90 terlebih dahulu dengan mengenal khalayak sasaran. Khalayak sasaran program RBT Talk 90 adalah masyarakat Pekanbaru, serta pendengar luar Pekanbaru yang mendengarkan radio melalui website dan sosial media. Dalam menyusun materi pesan, Radio mengangkat tema yang sedang viral di masyarakat. Selanjutnya metode yang digunakan dalam menyampaikan pesan komunikasi adalah dengan metode informatif, persuasif, dan edukatif. Kemudian untuk menjangkau pendengar yang tidak dapat mendengarkan secara *onair* dapat memutar kembali melalui sosial media, seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan Youtube, sedangkan bagi pendengar yang berada di luar Pekanbaru dapat menggunakan radio *streaming*.

Kata kunci : Radio RBT, RBT Talk 90, Loyalitas

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name : Havizhah Azkiyah**

**Department : Communication**

**Title : Radio Communication Strategy RBT 90 FM Pekanbaru in Inceresing listener Loyalty on the RBT Talk 90 Program**

In realizing loyal listeners, a communication strategy in radio broadcasting is needed. The RBT Talk 90 Radio program as one of the flagship programs of Radio RBT has many fans ranging from young to adult. The purpose of this research is to find out how the communication strategy used by RBT radio in increasing Loyalty of listeners in RBT Talk 90 program. The method used is qualitative research method. The theory used in this study is a communication strategy with audience recognition, message gathering, determining message methods, and selecting communication media. Data collection techniques obtained from observation, interviews and documentation. The conclusion from this research shows that the communication strategy used in increasing the loyalty of listeners in the RBT Talk 90 program is first by getting to know the target audience. The target audience for the RBT Talk 90 program is the people of Pekanbaru, as well as listeners outside Pekanbaru who listen to the radio through websites and social media. In compiling message materials, Radio raises a theme that is currently viral in the community. Furthermore, the methods used in conveying communication messages are informative, persuasive, and educational methods. Then to reach listeners who cannot listen online, they can play back through social media, such as Twitter, Facebook, Instagram, and Youtube, while listeners who are outside Pekanbaru can use streaming radio.

**Keyword : Radio RBT, RBT Talk 90, Loyalty**

UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Radio RBT 90 FM Pekanbaru dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar pada Program RBT Talk 90 FM Pekanbaru”**. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kebodohan hingga zaman yang penuh dengan ilmu dan pengetahuan seperti yang dirasakan saat ini.

Melalui kesempatan ini secara khusus ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis haturkan kepada kedua orang tua penulis, yakni Ayahanda Bukhari dan Ibunda Alm. Adimar yang telah bekerja keras tanpa kenal lelah membiayai kuliah penulis, memberikan dukungan, semangat, kasih dan sayang serta do'a yang menjadi kekuatan penulis untuk menyelesaikan skripsi

Penulis juga menyadari sepenuhnya akan semua kebaikan dan besarnya bantuan yang diberikan kepada penulis selama ini, baik dari moril maupun materi, tanpa ada nya pembimbing yang berjasa ini mungkin penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi dengan baik serta bantuan dari berbagai pihak-pihak lain yang barangkali namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu di sini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak terpenting diantaranya adalah:

Bapak Rektor UIN suska Riau Prof. Dr. H.Akmad Mujahidin, M.Ag, Bapak Dr.Drs.H. Suryan Ajamrah,MA dan Bapak Dr.H.Promadi MA.,Ph.D., Wakil Rektor I dan III UIN Suska Riau.

Kepada Bapak Dr. Nurdin, MA, Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Masduki, M.Ag Wakil Dekan 1, Bapak Toni Hartono, S.Ag,M.Si Wakil Dekan 2 dan Bapak Dr. Azni, M.Ag Wakil Dekan 3 yang telah



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh studi jenjang Strata-1 di UIN Suska Riau Pekanbaru.

Kepada Ibuk Dra. Atjih Sukaesih, M.Si Ketua program studi Komunikasi, Bapak Yantos, M.Si Wakil Ketua program studi Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau yang telah berkenan dan mengarahkan skripsi ini.

Kepada Bapak Yantos, M.Si pembimbing Akademik yang telah memberikan saran bagi kelancaran perkuliahan.

Kepada dosen pembimbing skripsi ini yaitu Bapak Edison, S.Sos, M.I.Kom yang telah memberi bimbingan, arahan serta bantuan pemikiran dan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Kepada seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang tidak dapat di sebutkan satu persatu, terimakasih atas ilmu, bimbingan dan motifasinya.

7. Segenap karyawan/i perpustakaan Universitas UIN Suska yang telah membantu melancarkan penyelesaian skripsi baik dalam hal menyediakan buku-buku sebagai bahan referensi untuk menyelesaikan skripsi dan hal lainnya.

8. Kepada seluruh keluarga besar yang membantu dengan do'a maupun materil, terimakasih atas dukungan tidak langsung, yang selalu memberi motivasi, arahan, dan nasehat, sehingga penulis termotifasi dalam pembuatan skripsi ini.

Kepada teman-teman kost Perumahan Paradise blok N10 yang telah menemani dari awal hingga akhir, serta memberikan semangat kepada penulis selama pembuatan skripsi ini.

Kepada seluruh karyawan maupun pimpinan Radio RBT 90 FM Pekanbaru yang bersedia di mintai data-data serta bersedia di wawancarai seputar penelitian penulis, sehingga pembuatan skripsi penulis dapat berjalan dengan baik.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kepada teman-teman seperjuangan Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2014 tanpa terkecuali, teman-teman konsentrasi Broadcasting A, terimakasih atas bantuan, kerjasama, motifasi, dan ide-idenya dalam mengerjakan tugas selama proses perkuliahan serta teman-teman yang pernah kenal dan menjalin persahabatan tanpa terkecuali. Semoga bisa melanjutkan perjuangan untuk dapat menuntut ilmu dan ilmu ini berguna dimanapun berada. Sukses untuk semuanya.

Terakhir kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, Semoga Allah SWT selalu melimpahkan karunia-Nya, Aamiin. Semoga Allah SWT membalas segala jasa-jasa yang terpatri dan semoga skripsi ini dapat diterima serta memberikan pengetahuan dan referensi baru bagi semua pihak. Terimakasih. *Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekanbaru, April 2020

Penulis

Havizhah Azkiyah  
NIM : 1443201430

UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR ISI**

Abstrak.....	i
Abstract.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar.....	viii
BAB I : Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II : Kajian Teori dan Kerangka Pikir .....	10
A. Kajian Terdahulu.....	10
B. Kajian Teori.....	14
1. Strategi Komunikasi.....	14
2. Radio.....	22
3. Loyalitas.....	25
4. Pendengar Radio.....	28
C. Kerangka pikir.....	30
BAB III : Metodologi Penelitian.....	31
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	31
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
C. Sumber Data.....	33



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Informan Penelitian.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Validitas Data.....	35
G. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV : Gambaran Umum.....	38
A. Program RBT Talk 90.....	38
B. Sejarah Radio RBT 90 FM Pekanbaru.....	38
C. Visi dan Misi Radio RBT 90 FM Pekanbaru.....	39
D. Data Radio.....	40
E. Bentuk Kegiatan.....	41
F. Program Siaran Radio RBT 90 FM.....	42
G. Struktur organisasi.....	44
H. Daya Saing.....	45
I. RBT Coverage Area.....	47
BAB V : Hasil dan Pembahasan.....	48
A. Hasil Penelitian.....	48
B. Pembahasan.....	55
BAB VI : Penutup.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62
Daftar Pustaka.....	64



## DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	30
Gambar 2. Data Informan Penelitian.....	34
Gambar 3. Data Radio.....	42
Gambar 4. Usia dan Persentase Pendengar Program RBT Talk 90...	44
Gambar 5. Struk Organisasi.....	46
Gambar 6. RBT <i>Coverage Area</i> .....	47
Gambar 7. Data Informan Penelitian RBT Talk 90.....	49
Gambar 8. Media Komunikasi Program RBT Talk 90.....	54

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Radio merupakan media *auditif* (hanya bisa di dengar), tetapi murah, merakyat dan bisa di bawa atau di dengarkan dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar, ataupun informasi aktual melalui telinga pendengarnya<sup>1</sup>.

Radio menduduki posisi yang sangat strategis dibanding media komunikasi massa lainnya dan mempunyai banyak kelebihan, diantaranya radio memiliki kesederhanaan (*protability*) dan kemampuan menjangkau setiap pendengarnya yang sedang melakukan kegiatan-kegiatan lain sekalipun, atau bahkan sedang menikmati media massa lainnya. Hal ini dikarenakan radio tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Suatu pesan yang disampaikan oleh penyiar pada saat itu juga diterima oleh khalayak, walaupun sarana yang dituju sangat jauh<sup>2</sup>.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa implikasi terhadap dunia penyiaran di Indonesia. Penyiaran sebagai penyalur informasi dan pembentuk pendapat umum, perannya semakin strategis terutama dalam mengembangkan kehidupan demokratis.<sup>3</sup>

Persaingan media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian audien, untuk merebut perhatian audien tersebut maka pengelolaan

<sup>1</sup> Feraz Basafi Abbas, *Strategi Komunikasi Prudent Radio 102,8 FM dalam Produksi Program Siaran Acara Prudent Hits 10*, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2013), hal : 1.

<sup>2</sup> *Ibid*, Hal: 2

<sup>3</sup> Morissan, *Managemen Media Penyiaran*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2018), Hal: 31.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

stasiun penyiaran semestinya memahami siapa audien sasaran mereka dan apa kebutuhannya<sup>4</sup>.

Strategi merupakan perencanaan (*Planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi harus di dukung oleh teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman (*empiris*) yang sudah di uji kebenarannya<sup>5</sup>.

Sementara loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu objek yang mengacu pada komitmen untuk bertahan secara mendalam terhadap produk atau jasa yang digunakan<sup>6</sup>.

Agar dapat bersaing dengan perkembangan media komunikasi yang ada sekarang, Radio mesti membuat sebuah terobosan baru dalam memberikan hiburan dalam bentuk suara segmentasi acara yang cerdas, yang dikelola dengan strategi komunikasi yang tepat untuk mempertahankan eksistensi radionya maupun loyalitas pendengarnya dalam menghadapi ketatnya persaingan.

Media komunikasi sendiri merupakan suatu sarana atau perangkat yang berfungsi sebagai perantara atau saluran dalam proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan<sup>7</sup>. Pada pengembangannya, media diperlukan melakukan survey di lapangan guna melihat kekurangan dan kesenjangan terhadap pembelajaran yang di lakukan. Kemudian melakukan studi pustaka untuk melihat dan memahami materi pembelajaran yang akan dilakukan dan dipahami. Selanjutnya mengidentifikasi karakteristik, yang akan memberikan

<sup>4</sup> Ibid, Hal: 125.

<sup>5</sup> Komunikasi praktis, “*Strategi Komunikasi : Pengertian dan Ruang Lingkup*”, <https://www.komunikasipraktis.com/2015/10/strategi-komunikasi-pengertian-dan.html?m=1> (diakses pada 15 Juli 2019).

<sup>6</sup> Iretta Alfazriani, *Pengaruh Kepuasan Pendengar terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba FM*, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2011) Hal : 12.

<sup>7</sup> I Nyoman Gejir, *Media Komunikasi dalam Penyuluhan kesehatan*, (Yogyakarta : ANDI, 2017), Hal : 18.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gambaran, inspirasi, dan motivasi untuk menciptakan hal baru dalam membuat media yang berkarakter. Terakhir dengan menyusun tujuan, karena dengan penyusunan tujuan akan memberikan gambaran untuk arah materi yang akan di kembangkan.<sup>8</sup>

Komunikasi dalam pengembangan radio yaitu dengan mentransmisi-kan suara untuk disiarkan ke berbagai media dan wilayah yang berbeda. Upaya untuk memancarkan suara dibantu oleh gelombang radio dengan frekuensi yang tinggi agar menghasilkan suara yang baik dan pemancaran suara pun tepat ke seluruh wilayah. Gelombang suara atau gelombang radio yang dikirim melakukan beberapa proses diantaranya gelombang suara tersebut dibawa oleh gelombang radio lain atau disebut sebagai gelombang pembawa (*carrier*)<sup>9</sup>.

Radio RBT memiliki slogan “*The Music Factory*”, yang menghadirkan berbagai macam musik dan program-program unggulan mulai dari RBT talk 90, RBT NGEMIL (Ngobrol Enak Millennial), Kilas 90, NINE’O Movie, Potret Pekanbaru, 90 Charity, RBT Pedia, NINE’O Pranks.

Pada dasarnya radio RBT membuat program bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan audiens, serta menjawab peran media. Salah satu nya adalah program RBT talk 90, sebuah program talk show yang di kemas dengan suasana santai yang membahas seputar isu-isu aktual yang ada dimasyarakat, mulai dari politik, sosial, budaya, ekonomi dan berbagai isu lainnya dibahas bersama narasumber yang berkompeten dan menginspirasi.

Program RBT Talk 90 hadir setiap hari Senin dan Kamis pada pukul 09:00 s/d 10:00 WIB dengan uraian tema yang berbeda-beda sesuai dengan isu yang beredar disekitar masyarakat. Hingga saat ini, program RBT Talk memiliki pendengar yang terus bertambah dan tetap loyal mendengarkan program tersebut.

<sup>8</sup> Satrianawati, *Media dan Sumber Belajar*, (Yogyakarta : Deepublish, 2018), Hal : 40-41.

<sup>9</sup> Pakarkomunikasi.com, *Konsep Komunikasi dalam media Radio - pengertian dan sejarahnya*, <https://www.google.com/amp/sp/pakarkomunikasi.com/konsep-komunikasi-dalam-media-radio/amp> (diakses pada 24 Desember 2019).

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Prestasi yang membanggakan dari Radio RBT adalah dapat menghadirkan konten siaran dengan kualitas terbaik bagi masyarakat kota Pekanbaru dan sekitarnya. Radio RBT saat ini dikenal sebagai Radio independen yang memiliki izin dari Dirjen PARPOSTEL pada tahun 2010. Selain itu juga di tunjang dengan daya pancar yang kuat, acara yang berkualitas, SDM yang profesional dan ahli serta positioning Radio yang sangat jelas.

Hingga saat ini, Radio RBT masih menjadi Radio unggul yang dikenal dan memiliki pendengar yang loyal. Dari pantauan yang di lakukan Radio RBT, pendengar radio terus bertambah dan mengalami kenaikan secara signifikan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik meneliti bagaimana strategi Radio dalam upaya peningkatan loyalitas pendengar tersebut, serta mengkaji lebih mendalam mengenai strategi peningkatan loyalitas pendengar dalam penelitian dengan judul: **“STRATEGI KOMUNIKASI RADIO RBT 90 FM PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PENDENGAR PADA PROGRAM RBT TALK 90”**

#### B Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap istilah yang digunakan dalam judul penelitian ini, maka penulis akan menegaskan beberapa istilah yang terdapat di dalam judul tersebut, yaitu :

##### 1. Strategi komunikasi

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planing*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi harus di dukung oleh teori

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman (*empiris*) yang sudah diuji kebenarannya<sup>10</sup>.

Halord D.Lasswell menyatakan,cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*Who SayWhat Which Channel To Whom Whit Effect*” ?<sup>11</sup>.

Strategi komunikasi pada penelitian ini adalah bagaimana perencanaan yang di lakukan oleh radio RBT Talk 90 FM Pekanbaru agar tersampaikan pesan komunikasi, bagaimana Radio RBT mengenalkan program RBT Talk 90 serta beberapa perencanaan yang dapat meningkatkan loyalitas pendengar pada program tersebut.

## 2. Radio

Radio merupakan teknologi yang di gunakan untuk pengiriman signal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara, dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut seperti molekul udara<sup>12</sup>.

## 3. Radio RBT 90 FM

Radio RBT sendiri merupakan radio dengan slogan “*The Music Factory*”, yang menghadirkan berbagai macam musik dan program-program unggulan mulai dari RBT Talk 90, RBT NGEMIL (Ngobrol Enak Millenial), Kilas 90, NINE’O Movie, Potret Pekanbaru, 90 Charity, RBT Pedia, NINE’O Pranks.

<sup>10</sup> Komunikasi praktis , “*Strategi Komunikasi: Pengertian dan Ruang Lingkup*”, <https://www.komunikasipraktis.com/2015/10/strategi-komunikasi-pengertian-dan.html?m=1> (diakses pada 15 Juli 2019).

<sup>11</sup> Ibid : (di akses pada 15 Juli 2019).

<sup>12</sup> Wikipedia bahasa Indonesia, *Radio*, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Radio> (di akses pada 15 Juli 2019).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 4. Loyalitas

Loyalitas adalah salah satu hal yang tidak dapat di beli dengan uang. Loyalitas hanya bisa di dapatkan namun tidak bisa di beli. Mendapatkan loyalitas dari seseorang bukanlah sesuatu pekerjaan yang mudah untuk di lakukan. Berbanding terbalik dengan kesulitan mendapatkan nya, menghilangkan loyalitas seseorang justru menjadi hal yang sangat mudah untuk dilakukan. Loyalitas memiliki kata dasar loyal yang berasal dari bahasa Perancis kuno *loial*<sup>13</sup>.

Loyalitas pada penelitian ini adalah kesetiaan pendengar Radio RBT 90 FM Pekanbaru pada program RBT Talk 90 serta upaya peningkatan loyalitas pendengar terhadap program tersebut. Radio terlebih dahulu menyusun strategi komunikasi agar terciptanya loyalitas pendengar pada program RBT Talk 90.

## 5. Pendengar Radio

Karakteristik pendengar radio

Pendengar radio adalah individu-individu, bukan tim, atau organisasi. Karenanya, komunikasi yang berlangsung bersifat interpersonal (antar pribadi), yakni penyiar dengan pendengar, dengan gaya “ngobrol”. Penyiar harus membayangkan seolah-olah sedang berbicara kepada satu orang saat siaran. Karna radio *is personal*<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Universitas Ciputra, *Serba Serbi Loyalitas dan Serba-serbi Pengertian Loyalitas Karyawan*, <https://ciputrauceo.net/blog/2015/11/19/pengertian-loyalitas-dan-serba-serbi-pengertian-loyalitas-karyawan> (diakses pada 15 Juli 2019).

<sup>14</sup> Romeltea Online, *Karakteristik Pendengar Radio*, <https://romeltea.com/karakteristik-pendengar-radio/> (diakses pada 15 Juli 2019).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6. RBT Talk 90

RBT Talk 90 merupakan program talk show yang di kemas dengan suasana santai, membahas isu-isu hangat yang ada di masyarakat dengan cara sederhana bersama narasumber hebat dan menginspirasi<sup>15</sup>.

### Rumusan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas maka peneliti membuat batasan yang akan di teliti, yaitu :

Bagaimana strategi komunikasi Radio RBT 90 FM Pekanbaru dalam meningkatkan loyalitas pendengar pada program RBT Talk 90 ?

### D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Dalam penulisan judul ini, penulis mempunyai beberapa tujuan dan kegunaan penelitian sebagai dasar pengangkatan judul antara lain :

#### 1. Tujuan penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui strategi komunikasi radio RBT 90 FM Pekanbaru dalam meningkatkan loyalitas pendengar pada program RBT Talk 90. Dengan menggunakan strategi pengenalan khalayak, penyusunan pesan, menetapkan metode pesan, serta pemilihan media komunikasi.

#### 2. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan dengan adanya penelitian ini adalah :

---

<sup>15</sup> Sumber : data-data Radio RBT 90 FM Pekanbaru.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**a) Manfaat akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pengetahuan ilmu komunikasi dalam kajian strategi meningkatkan loyalitas pendengar Radio RBT 90 FM Pekanbaru, terkhusus pada program RBT Talk 90.

**b) Manfaat praktis**

- 1) Penelitian ini dapat digunakan oleh mahasiswa Broadcasting sebagai bahan masukan dalam penelitian yang akan di lakukan.
- 2) Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran untuk menjawab persoalan bagaimana strategi komunikasi radio dalam mempertahankan pendengar.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dalam penelitian ini di bagi menjadi beberapa BAB, setiap BAB terdiri dari sub-sub bab yang keseluruhannya merupakan satu kesatuan yang utuh dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Menjelaskan mengenai Latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Menjelaskan tentang kajian teori, studi terdahulu, serta kerangka pikir.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Menjelaskan tentang subjek penelitian.

**BAB V : HASIL PENELITIAN**

Menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian

**BAB VI : PENUTUP**

Menjelaskan tentang kesimpulan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Kajian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya adalah:

1. **Strategi Komunikasi Green Radio 96,7FM Pekanbaru dalam mewujudkan Visi dan Misi sebagai Radio Berbasis Lingkungan Hidup** (Riza Efrianti)

Pada penelitian ini dapat di simpulkan bahwa strategi komunikasi Greean Radio 96,7FM Pekanbaru dalam mewujudkan visi dan misi sebagai radio berbasis lingkungan hidup sudah berjalan dengan baik melalui proses manajemen komunikasi yang di lakukan dengan menyusun dan menetapkan tindakan rencana kerja untuk mencapai tujuan, mempersiapkan anggaran yang dibutuhkan, melakukan pengemasan pesan-pesan mengenai lingkungan hidup, menentukan sasaran (target) untuk menyampaikan pesan-pesan mengenai lingkungan hidup, melakukan pengarahan terhadap karyawan untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab, melakukan proses selektivitas dalam menyampaikan pesan-pesan mengenai lingkungan hidup, membuat program-program siaran yang sesuai dengan visi dan misi mengenai lingkungan hidup, serta melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap kegiatan yang sudah di rencanakan<sup>16</sup>.

Yang membedakan penelitian Riza Efrianti dengan penelitian yang penulis teliti adalah, Riza Efrianti melakukan perencanaan guna mewujudkan visi dan misi Green radio 97,7 FM sebagai radio berbasis lingkungan hidup dengan melalui proses manajemen komunikasi,

---

<sup>16</sup>Riza Efrianti, 2015. *Startegi komunikasi Green Radio 96,7FM Pekanbaru dalam Mewujudkan Visi dan Misi Sebagai Radio Berbasis Lingkungan Hidup*, hlm: 87

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempersiapkan anggaran, pengemasan pesan, menentukan sasaran, melakukan pengarahan, melakukan proses selektivitas membuat program, serta melakukan pengawasan dan evaluasi. Sementara penulis melakukan perencanaan guna meningkatkan loyalitas pendengar pada program RBT Talk 90 di Radi RBT 90 FM Pekanbaru dengan melakukan pengenalan khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode pesan, kemudian media komunikasi yang di gunakan.

#### 2. Strategi Komunikasi Radio dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio Tidar Magelang 94.3 FM. (Vadilla Nandika Putri).

Pada penelitian ini guna mempertahankan loyalitas pendengar strategi komunikasi yang di terapkan Radio Tidar 94.3FM adalah strategi mengenal khalayak, strategi mengenal sasaran komunikasi dengan mengadopsi program terdahulu serta berusaha mengetahui kondisi khalayak masyarakat Magelang, Khusus nya para remaja yang sangat instens terhadap perkembangan informasi, strategi penyusunan pesan, yaitu senantiasa berusaha menampilkan pesan-pesan atau tema-tema yang sedang ramai dikhalayak, sehingga pesan tersebut mampu membangkitkan perhatian pendengar, Strategi menetapkan metode komunikasi, untuk mencapai efektifitas dalam komunikasi ada beberapa metode yang di gunakan yaitu metode informasi, persuasif dan edukatif, strategi pemilihan media penyiaran dengan berkembangnya teknologi dalam penyiaran yaitu streaming, semakin memudahkan radio untuk menjangkau pendengar yang ada di luar coverage area<sup>17</sup>.

Yang membedakan penelitian ini dengan yang penulis teliti adalah, tempat dan waktu penelitian. Serta penelitian yang di lakukan oleh Vadilla Nandika Putri lebih umum mencakup radio keseluruhan, sementara penelitian yang penulis teliti lebih terkhusus kepada salah satu program, yaitu Program RBT Talk 90 pada radio RBT 90 FM Pekanbaru.

<sup>17</sup>Vadilla Nandika Putri, *Strategi Komunikasi Radio dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio Tidar 94.3FM*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018), hlm 9



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. **Strategi Komunikasi Radio Pemerintah Daerah Kuantan Singingi dalam Menarik Minat Pendengar** (Anggi Aswan Prinaldi).

Pada penelitian ini dapat di simpulkan bahwa strategi komunikasi Radio Pemerintah Daerah (RPD) Kuantan Singingi 100.9 MHz dalam menarik minat pendengar berjalan dengan baik melalui proses komunikasi model POAC untuk terealisasinya perencanaan komunikasi sesuai teori AIDDA<sup>18</sup>.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah dari teori yang di gunakan. Disini Anggi Aswan Prinaldi menggunakan strategi untuk menarik minat pendengar adalah dengan menggunakan teori AIDDA, dimana AIDDA merupakan Kesadaran, Perhatian, Keinginan, Keputusan, serta Tindakan agar dapat menarik minat pendengar. Sementara pada penelian yang penulis teliti guna meningkatkan loyalitas pendengar penulis menggunakan teori strategi pengenalan khalayak, penyusunan pesan, menetapkan metode pesan serta pemilihan media komunikasi.

4. **Strategi Komunikasi Radio Dakwah dalam Memperoleh Pendengar (studi deskriptif kualitatif pada radio KITA 94,3FM Cirebon)** (M. Rizki Majistra Abdi)

Pada penelitian ini terdapat kesimpulan yang di lihat dari aspek-aspek radio KITA, terdapat beberapa strategi, yakni: Strategi kesesuaian (*compability*), merupakan kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Strategi pembentukan kebiasaan (*hobbit formation*), kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi secara seksama. Strategi pengontrolan arus pendengar (*control of audiens flow*), pengontrol arus pendengar dilakukan dalam

<sup>18</sup> Anggi Aswan Prinaldi, *Strategi Komunikasi Radio Pemerintah Daerah Kuantan Singingi dalam Menarik Minat Pendengar*, (Pekanbaru, UIN Sultan Syarif Kasim, 2014), hal : 62.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalisir pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing. Strategi penyimpanan sumber-sumber program (*confersation of program resources*), penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program bisa dipakai lagi suatu saat nanti, tapi tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda. Strategi daya penarik massa (*mass appeal*), daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara tersebut<sup>19</sup>.

Pada penelitian ini, guna memperoleh pendengar M. Rizki Majistra Abdi membuat kerangka pemikiran dengan membagi strategi tersebut menjadi dua, pertama strategi untuk penyiaran radio, dan yang kedua adalah strategi memperoleh pendengar. Strategi untuk penyiaran radio dimulai dari perencanaan program lalu produksi dan pembelian program kemudian eksekusi program. Strategi untuk memperoleh pendengar diawali dengan strategi kesesuaian, pembentukan kebiasaan, pengontrolan arus pendengar, penyimpanan sumber-sumber program, kemudian strategi daya penarik massa, hingga diperoleh pendengar radio KITA dalam menarik persaingan. Sementara pada radio RBT 90 FM Pekanbaru penulis membuat kerangka pemikiran yang diawali dengan pengenalan khalayak, penyusunan pesan, menetapkan metode, kemudian pemilihan media komunikasi untuk mengetahui bagaimana meningkatkan loyalitas pendengar Radio RBT 90 FM Pekanbaru pada program RBT Talk 90.

#### 5. Strategi Komunikasi Radio Komunitas USUKOM FM dalam Mempertahankan Eksistensinya (Corry Novrica AP Sinaga)

Pada penelitian ini untuk mempertahankan eksistensi dapat disimpulkan, pengolahan manajemen penyiaran Radio harus dilakukan

<sup>19</sup> M Rizki Majistra Abdi, *Strategi Komunikasi Radio Dakwah dalam Memperoleh Pendengar (studi deskriptif kualitatif pada radio KITA 94,3 FM Cirebon)*, (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016), hlm : 103.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sepenuhnya dengan baik, mulai dari perencanaan, pelaksanaan pengevaluasian dan sampai pada controlling. Jadwal siaran radio yang di atur sesuai kegiatan penyiar. Memiliki dukungan dari pihak kampus. Sarana dan prasarana yang mendukung. Serta siaran yang di tentukan berdasarkan kebutuhan khalayak sesuai kriteria, usia dan lain sebagainya<sup>20</sup>.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah dari strategi yang di gunakan. Guna mempertahankan eksistensi radio komunitas USUKOM FM, Corry Novrica AP Sinaga menggunakan strategi POAC, yang mana diawali dengan perencanaan, lalu pengorganisasian, kemudian dengan actuating dan terakhir dengan proses controlling, sementara penulis disini untuk meningkatkan loyalitas pendengar adalah dengan menggunakan strategi pengenalan khalayak, penyampaian pesan, menetapkan metode serta pemilihan media komunikasi.

## B. Kajian Teori

Kajian teori merupakan bagian yang penting dalam penelitian. Terutama berkaitan dengan cara memahami permasalahan dalam penelitian ini. Ada banyak teori atau konsep yang berkaitan dengan judul penelitian. Konsep-konsep tersebut memudahkan peneliti memahami fenomena penelitian sehingga dapat di analisis secara benar. Berbagai teori tersebut dijelaskan berikut secara urut :

### 1. Strategi Komunikasi

#### a. Pengertian Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari kata Yunani *Strategos* Yang secara harafiah berarti “seni umum”, kelak term ini berubah menjadi kata sifat *Strategia* berarti ‘keahlian militer’ yang belakangan di adaptasikan lagi kedalam lingkungan bisnis modern. Kata *Strategos* bermakna sebagai :

<sup>20</sup> Corry Novrica AP Sinaga, *Strategi Radio Komunikasi USUKOM FM dalam Mempertahankan Eksistensinya*, (Medan : Universitas Sumatera Utara, 2017), hlm : 13.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Keputusan untuk melakukan suatu tindakan dalam jangka panjang dengan segala akibatnya
- 2) Penentuan tingkat kerentanan posisi kita dengan posisi para pesaing (ilmu perang dan bisnis).
- 3) Pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas terhadap kemungkinan penyadapan informasi oleh para pesaing.
- 4) Penggunaan fasilitas komunikasi untuk penyebaran informasi yang menguntungkan berdasarkan analisis geografis dan topografis.
- 5) Penemuan titik-titik kesamaan dan perbedaan penggunaan sumber daya dalam pasar informasi<sup>21</sup>.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi, yaitu :

- a) Strategi yang mengartikulasi, menjelaskan, dan mempromosikan suatu visi promosi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.
- b) Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.
- c) Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.
- d) Strategi adalah tujuan akhir komunikasi, strategi berperan memfasilitasi perubahan perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen<sup>22</sup>.

<sup>21</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi (Serba ada Serba Makna)*, (Jakarta : Kencana Preadana Media Group, 2011), hal : 240.

<sup>22</sup> Ibid, Hal: 240.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planing*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai sebuah tujuan, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta yang menunjukkan arah, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian juga dengan strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi<sup>23</sup>.

Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang di peroleh bisa fatal, terutama kerugian dalam segi waktu, materi, tenaga. Oleh karena itu strategi juga merupakan rahasia yang harus di sembunyikan oleh para perencanaan<sup>24</sup>.

Dengan sebuah strategi yang baik efektif maka akan menghasilkan sebuah konsekuensi yaitu suatu sikap tindak dan persepsi yang menguntungkan dari khalayak sebagai sasaran dari strategi dan pada akhirnya akan tercipta suatu citra yang menguntungkan. Dari hal ini dapat dilihat bahwa opini khalayak akan lebih mudah untuk dipengaruhi dalam langkah pencapaian tujuan, akan tetapi pelaksanaan strategi sering di sebut tahap tindakan dalam manajemen strategi. Pelaksanaan strategi yang sering dianggap sebagai tahap yang paling sulit karena memerlukan kedisiplinan, komitmen, dan pengorbanan<sup>25</sup>.

#### b. Perumusan Strategi Komunikasi

Sebelum strategi di laksanakan perlu di buat perencanaan yang matang sehingga dalam pelaksanaan strategi dapat lebih efektif dan efisien. Hal ini sangat diperlukan bagi setiap perusahaan/ instansi karena saat ini persaingan dunia usaha semakin ketat, sehingga di tuntutan kejelian

<sup>23</sup> Anggi Aswan Prinaldi, *Strategi Komunikasi Radio Pemerintah Daerah Kuantan Singingi dalam Menarik Minat Pendengar*, (Pekanbaru, UIN Sultan Syarif Kasim, 2014), hal : 6.

<sup>24</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan strategi Komunikasi*, (Jakarta :PT. Rajagrafindo Persana, 2013) Hal:62.

<sup>25</sup> Fred Dafid, *Manajemen Strategi konsep*, (Jakarta : Prehallindo, 1998), Hal: 6.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan kreatifitas dari pelaku-pelaku usaha untuk tetap eksis. Dalam hal ini strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi untuk mencapaitujuan yang telah di tetapkan. Dalam menyusun strategi komunikasi perlu di perhatikan komponen-komponen komunikasi itu sendiri, yakni :

#### 1) Strategi Mengenal Khalayak

Khalayak merupakan faktor penentu keberhasilan komunikasi, keberhasilan komunikasi bila pesan-pesan yang disampaikan melalui saluran/ media dapat di terima sampai khalayak sasaran, dipahami dan mendapatkan tanggapan positif, dalam artian sesuai dengan komunikator. Sudah tentu ini bergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikan hanya sekedar mengetahui, atau komunikan melakukan tindakan tertentu.

#### 2) Strategi Penyusunan Pesan

Dalam organisasi teknik penyampaian pesan merupakan faktor yang menentukan berhasil tidaknya upaya persuasi yang di lakukan pimpinan. Secara umum ada faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang suatu pesan yang efektif yaitu struktur dan daya tarik pesan. Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus di ambil, apakah itu teknik industri, apapun tekniknya harus mengerti pesan dari komunikasinya.

Penyusunan pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian adalah pengamatan terpusat, karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang di sampaikan.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3) Strategi Menetapkan Metode Pesan Komunikasi

Dalam hal ini metode penyampaian, yang dapat di lihat dari dua aspek menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat di wujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode redundancy (repetition) dan canalizing. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya di kenal metode-metode :informatif, persuasif, edukatif, kursif.

Metode redundancy adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-mengulang pesan pada khalayak. Metode canalizing yaitu mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang di sampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang kita kehendaki.

Metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya.

Metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak di gugah baik pikiran maupun perasaannya.

Metode edukatif, memberikan suatu idea kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat di pertanggung jawabkan dari segi kebenarannya dengan di sengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang di inginkan.

Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berfikir untuk menerima gagasan-gagasan yang di lontarkan, dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, intimidasi dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tangguh.

### 4) Pemilihan media komunikasi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media komunikasi banyak jumlahnya, mulai dari yang tradisional sampai yang modern yang dewasa ini banyak dipergunakan. Kita bisa menyebut namanya surat, pamflet, poster, spanduk, majalah, radio, televisi, dan lain-lainnya. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang akan di capai, pesan yang akan di sampaikan, dan etnik yang akan di gunakan.

#### c. Tujuan Strategi Komunikasi

Ketika kita membayangkan strategi komunikasi, maka pikirkanlah tentang tujuan yang ingin kita capai dan jenis material apa saja yang kita pandang dapat memberikan kontribusi bagi tercapainya tujuan ini. khusus untuk tujuan tertentu yang berkaitan dengan aktivitas kita, makatujuan komunikasi menjadi sangat penting karena meliputi, *announcing, motivasi, education, informing and supporting decision making*<sup>26</sup>.

- 1) Memberitahu (*Announcing*) : pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi.
- 2) Memotivasi (*Motivating*) : kegiatan yang di motifasikan.
- 3) Mendidik (*Education*) : tiap informasi harus di sampaikan dalam kemasan *Education* yang bersifat mendidik.
- 4) Menyebarkan Informasi (*Informing*) : menyebar luaskan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran.
- 5) Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*) : dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorikan, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat di jadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan<sup>27</sup>.

Praktik strategi komunikasi umumnya terdiri dari tiga esensi utama, yaitu strategi implementasi, strategi dukungan, dan strategi integritas.

<sup>26</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Serba ada serba makna*, op.cit, Hal : 248.

<sup>27</sup> ibid, Hal : 249.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketiga esensi tersebut membingkai praktik strategi komunikasi dengan beberapa kriteria atau standar kualitas sebagai berikut :

- a) Mengidentifikasi visi dan misi : visi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. Rumusan visi biasanya terdiri dari “beberapa kata” yang mengandung tujuan, harapan, cita-cita ideal komunikasi. Dari rumusan itulah akan dirumuskan misi yang menjabarkan cita-cita ideal ini.
- b) Menentukan program dan kegiatan : program dan kegiatan adalah serangkaian yang harus di kerjakan, program dan kegiatan merupakan penjabaran dari misi.
- c) Mentukan tujuan dan hasil ; setiap program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil yang akan diperoleh. Biasanya para perumusan kebijakan membuat definisi tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai.
- d) Seleksi audiens yang menjadi sasaran : perencanaan komunikasi menentukan kategori audiens yang menjadi sasaran komunikasi.
- e) Mengembangkan pesan : kriterianya adalah semua pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki isi (*conten*) khusus, jelas, persuasif, dan merefleksikan nilai-nilai audiens, tampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat, atau menunjukkan tindakan tertentu.
- f) Identifikasi pembawa pesan (tampilan komunikastor) : kriteria komunikator antara lain kredibilitas, kredibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, profesional, dan keterampilan yang berkaitan dengan isu tertentu.
- g) Mekanisme komunikasi/media : kriterianya adalah menghitung risiko dan konteks yang akan mempengaruhi strategi komunikasi, misalnya menghitung peluang untuk memenangkan persainagan<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> ibid, Hal : 251.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### d. Prinsip-prinsip Praktis Strategi Komunikasi

- 1) *Integrate* : proses untuk menggabungkan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan satu program komunikasi.
- 2) *Straight forward* . : Katakanlah ini pada semua orang, kejujuran menyertai perjalanan kita/ *Honesty goes a long way* . ini lah perjuangan masa depan.
- 3) *Succint* : pesan strategi umumnya angat pendek dan sederhana
- 4) *Target-segmen* : tetapkan segmen yang akan dijadikan sasaran.
- 5) *Personali* : bantulah para pekerja untuk mengerti dampak personal, pertanyaan yang esensial dari setiap komunikasi membutuhkan jawaban, “*What’s in it for me?*” apakah yang saya dapat dari komunikasi ini ?
- 6) *Memorable* : buatlah ukuran terhadap hasil komunikasi yang akan kita lakukan, misalnya para pekerja dapat melakukan kegiatan komunikasi 100 kali setiap hari.
- 7) *Multimedia* : gunakan metode dan media yang berfariasi, departemen pemasaran anda dapat mengajarkan anda tentang komunikasi dengan media ini.
- 8) *Be realistic* : hendaklah anda realistis, tentukan dimanakah tempat bagi orang-orang yang akan bertemu dengan anda.
- 9) *Be result* : orientasikan kerja anda pada komunikasi efektif yang dapat diukur, adakah anda mempunyai ukuran sukses komunikasi dalam suatu tempat dan waktu ?<sup>29</sup>.

#### e. Manfaat Mempelajari Strategi Komunikasi

Mempelajari teori strategi komunikasi dapat memberikan manfaat kepada kita diantara nya adalah sebagai berikut<sup>30</sup> :

- 1) Kita memahami pengertian strategi dan strategi komunikasi.

<sup>29</sup> ibid, Hal : 246.

<sup>30</sup> IDTesis.Com, *Teori Lengkap tentang Strategi Komunikasi Menurut Para Ahli dan Contoh Tesis Strategi Komunikasi*, <https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-strategi-komunikasi-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-strategi-komunikasi/>, (diakses 15 Juli 2019).

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Kita memahami tujuan umum strategi komunikasi
- 3) Kita memahami landasan teori strategi komunikasi
- 4) Kita memahami komponen dan kaitannya dengan strategi komunikasi.
- 5) Kita memahami proses strategi komunikasi.

## 2. Radio

Radio merupakan media massa auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengar sehingga isi siarannya bersifat sepiut lalu dan tidak dapat di ulang, karena itu hendaknya informasi yang disampaikan penyiar harus jelas dengan bahasa yang mudah di cerna oleh pendengar<sup>31</sup>.

Radio sendiri telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya. Keunggulan radio siaran adalah berada dimana saja : di tempat tidur (ketika orang akan tidur atau bangun tidur), di dapur, didalam mobil, di kantor, di jalanan, dipantai dan berbagai tempat lainnya<sup>32</sup>.

Di Indonesia, Radio pertama kali diperkenalkan oleh pemerintah Belanda pada tahun 1920. Ketika pecah revolusi fisik, radio memegang peranan penting dalam mengorbankan semangat perjuangan rakyat untuk mempertahankan kemerdekaan<sup>33</sup>.

Radio awalnya cenderung diremehkan dan perhatian kepada penemuan baru itu hanya terpusat sebagai alat teknologi transmisi. Radio lebih banyak di gunakan oleh militer dan pemerintahan untuk kebutuhan penyampaian informasi dan berita. Radio lebih banyak dimanfaatkan para

<sup>31</sup> Fatmasari Ningrum, *Sukses Menjadi Penyiar, (Sript Writer, Reporter Radio)*, (Jakarta : Siadaya, 2017), Hlm : 32.

<sup>32</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017), Hal : 123.

<sup>33</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada), Hal: 125.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penguasa untuk tujuan yang berkaitan dengan ideologi dan politik secara umum<sup>34</sup>.

Peran radio dalam menyampaikan pesan mulai di akui pada tahun 1909, ketika informasi yang dikirimkan melalui radio berhasil menyelamatkan seluruh penumpang kapal laut yang mengalami kecelakaan dan tenggelam. Radio menjadi medium yang teruji dalam menyampaikan informasi yang cepat dan akurat sehingga kemudian semua orang mulai melirik media ini<sup>35</sup>.

#### 1) Karakteristik Radio Siaran

Setiap media mempunyai karakteristik masing-masing, seperti pada majalah kita hanya akan dapat melihat, pada radio siaran dan rekaman auditif komunikasi hanya mendengar, kemudian pada televisi dan film komunikasi dapat melihat dan mendengar. Untuk radio terdapat cara tersendiri, yakni apa yang di sebut *broadcast style* atau gaya radio siaran. Gaya radio siaran ini disebabkan oleh sifat radio siaran yang mencakup<sup>36</sup> :

##### a) Auditory

Sifat auditory itu sebagai konsekuensi dari radio siaran untuk didengar. karena kemampuan mendengar manusia itu terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio siaran diterima dengan selintas. Pendengar tidak akan dapat mendengar kembali (*rehearing*) informasi yang tidak jelas diterimanya, karena ia tidak bisa meminta kepada komunikator atau penyiar untuk mengulang informasi yang hilang tersebut, kecuali ia merekamnya. Ketika pendengar menemukan istilah yang tidak dimengerti, kemudian berusaha mencari istilah

<sup>34</sup> Morrissan, *Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio dan Televisi)*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), Hal : 2.

<sup>35</sup> Ibid, Hal: 2.

<sup>36</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar Edisi Revisi)*, (Bandung : Remaja Rosdakarya Media, 2007), Hal : 131.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut, ia akan kehilangan informasi berikutnya. Dengan demikian, pesan radio siaran harus disusun secara singkat dan jelas atau *concise and clear*.

#### b) *Radio is the Now*

Ditinjau dari nilai aktualitas berita, mestinya radio dibandingkan dengan media massa lainnya adalah yang paling aktual. Selain dihitung waktunya dalam detik, proses penyampaian pesan nya lebih simpel. Radio siaran juga seringkali melakukan liputan langsung dari tempat kejadian. Dalam radio siaran dikenal istilah *Rewriting to update*.

#### c) Imajinatif

Karena hanya indra pendengar yang digunakan oleh khalayak, dan pesannya pun selintas, maka radio siaran dapat mengajak komunikannya untuk berimajinasi.

#### d) Akrab

Seorang penyiar radio seolah-olah berada di kamar pendengar, menemani pendengar yang sedang belajar atau mengerjakan pekerjaan kantor, dan mengingatkan pendengar bahwa waktu sudah larut malam, jangan lupa mematikan kompor, menutup jendela dan lain sebagainya. Dengan akrab dan cekatan ia menghidangkan acara-acara yang bervariasi, mulai dari acara yng informatif sampai acara-acara hiburan yang menggembirakan.

#### e) Gaya Percakapan

Penyiar radio seolah-olah bertamu kerumah atau menemui pendengarnya dimanapun mereka berada. Dalam keadaan demikian, tidak mungkin ia berbicara dengan semangat dan berteriak. Sekalipun pesannya didengar oleh ribuan orang, tetapi pendengar berada di

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tempat yang terpisah dan bersifat pribadi. Penyampaian pesannya pun harus bergaya percakapan (*Conversational Style*). Karena itu, menulis naskah radio siaran haruslah sebagaimana kita berbicara kepada khalayak sasaran (*writa the way you talk*).

#### f) Menjaga mobilitas

Kita jarang mendengarkan acara radio siaran dengan cara duduk dan mendekatkan telinga pada pesawat radio. Pada umumnya kita mendengarkan radio sambil melakukan aktivitas lain, seperti mengendarai mobil, menyetrika baju, makan, menulis, bahkan berbicara dengan orang lain. Mobilitas pendengar terjaga, karena pendengar tidak meninggalkan pekerjaan ketika mendengarkan radio<sup>37</sup>.

### 3. Loyalitas

#### a) Pengertian loyalitas

Loyalitas secara bahasa diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Konseptualisasi dari loyalitas berkembang secara perlahan lebih dari setahun, dimulai dari upaya atas apa dari perilaku loyalitas. Perilaku loyalitas adalah hanya diukur dengan *outcome*-nya. Loyalitas diartikan sama dengan “komitmen”. Komitmen adalah keinginan untuk terus menerus melakukan hubungan. Konsep perilaku loyal penekanan nya adalah melihat pada perilaku pembeli ulang dan sikap untuk membeli kembali atau frekuensi pembelian<sup>38</sup>.

Bagi organisasi, terdapat empat manfaat utama yang berkaitan dengan loyalitas konsumen<sup>39</sup>.

<sup>37</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar Edisi Revisi)*, op.cit, Hal : 11-134.

<sup>38</sup> Junaedi, *Loyalitas pelanggan pemasangan iklan televisi dalam acara tembang pantura*, Yogyakarta: Deepublish, 2019), Hal : 17.

<sup>39</sup> Ibid, Hal : 19-20.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Loyalitas meningkatkan pembelian konsumen. Pada saat para konsumen mempersepsi nilai produk dan jasa sebuah perusahaan berada pada tingkat tinggi, mereka cenderung membeli kembali dari penyedia jasa yang sama untuk menangkalkan risiko yang mungkin jika mereka berpindah ke pemasok atau penyedia jasa yang lain.
- 2) Loyalitas menurunkan biaya yang di tanggung perusahaan untuk melayani konsumen. Sebuah organisasi mengeluarkan sejumlah biaya awal dalam usahanya untuk menarik konsumen-konsumen baru :biaya promosi, biaya pengoperasian, dan biaya pemasangan suatu sistem baru. memperoleh loyalitas konsumen berarti membantu menurunkan biaya-biaya terkait penjualan pada perusahaan itu, yang menghasilkan profit margin yang lebih tinggi.
- 3) Loyalitas konsumen meningkatkan komunikasi yang positif dari mulut ke mulut. Para konsumen yang puas dan loyal kemungkinan besar memberikan rekomendasi sangat positif dari mulut ke mulut bagi perusahaan-perusahaan yang bersangkutan. Bentuk komunikasi ini dapat terbukti membantu bagi para konsumen baru yang berusaha untuk mengevaluasi derajat risiko yang dilibatkan dalam keputusan untuk membeli. Oleh karena itu, suatu rekomendasi berfungsi sebagai suatu piranti pemasaran dan membantu menurunkan pengeluaran perusahaan untuk menarik konsumen-konsumen baru.
- 4) Retensi karyawan. Karyawan-karyawan pada bisnis jasa sering dipengaruhi oleh interaksi harian mereka dengan konsumen-konsumen perusahaan. Karena orang cenderung lebih suka bekerja dengan organisasi-organisasi yang konsumennya puas dan loyal, maka perusahaan-perusahaan yang menunjukkan konsumen-konsumen dengan loyalitas dan tingkat kepuasan yang tinggi cenderung memiliki tingkat pergantian staf yang lebih rendah.

Menurut Griffin, pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur (*repeat buyer*) : pelanggan membeli kembali produk yang sama yang di tawarkan oleh perusahaan.
  - 2) Melakukan pembelian antara lain produk dan jasa (*purchase across product and service lines*) : pelanggan melakukan pembelian antara lain produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
  - 3) Merekomendasikan kepada orang lain (*recommended to other*) : pelanggan merekomendasikan kepada orang lain tentang produk yang ditawarkan perusahaan.
  - 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates to the full of competitions*) : pelanggan tidak akan tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang di hasilkan pesaing<sup>40</sup>.
- b) Dimensi loyalitas

Loyalitas merupakan suatu konstruk (bangun) multi dimensional yang terdiri atas dua dimensi, sebagai berikut<sup>41</sup> :

- 1) Dimensi perilaku : dimensi perilaku dari loyalitas menunjuk pada aspek-aspek perilaku konsumen yang di arahkan kepada merek dagang atau jasa tertentu sejalan dengan waktu. Sekalipun pembelian berulang merupakan suatu isi penting untuk sebagian besar pemasar, namun interpretasi loyalitas yang didasarkan pada perilaku pembelian kembali tidak selalu menunjukkan motivasi konsumen untuk membeli. Dimensi perilaku konsumen dapat disimpulkan dengan mengulangi pembelian produk atau jasa, pembelian yang lebih banyak atau pembelian produk atau jasa dari perusahaan serta merekomendasikan kepada orang lain.
- 2) Dimensi sikap : dimensi sikap dari loyalitas mencakup keinginan dan preferensi seorang konsumen. Beberapa peneliti mengukur loyalitas

<sup>40</sup> Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran (suatu strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan)*, (Yogyakarta : Deepublish, 2019), Hal: 96.

<sup>41</sup> Junaedi, *Loyalitas pelanggan pemasangan iklan televisi dalam acara tembang pantura*, Cit, Hal : 20-21.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menurut keinginan konsumen untuk merekomendasikan atau membeli kembali, sedangkan peneliti-peneliti lain mengukur loyalitas sehubungan dengan preferensi konsumen. Dimensi sikap, seperti keinginan untuk membeli kembali dan keinginan untuk merekomendasikan, dipandang sebagai suatu indikator yang tepat dari loyalitas konsumen dan karena itu bersifat sangat penting untuk kegiatan-kegiatan bisnis di masa yang akan datang.

#### 4. Pendengar Radio

Pendengar radio adalah individu-individu, bukan tim, atau organisasi. Karenanya, komunikasi yang berlangsung bersifat interpersonal (antar pribadi), yakni penyiar dengan pendengar, dengan gaya “ngobrol”. Penyiar harus membayangkan seolah-olah sedang berbicara kepada satu orang saat siaran. Karna radio *is personal*<sup>42</sup>.

##### a) Sifat pendengar radio

- 1) Heterogen : Pendengar adalah massa, sejumlah orang yang sangat banyak sifatnya heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat, di kota, di desa, di rumah, pos satpam, pos tentara, asrama, warung kopi, dan sebagainya. Mereka berbeda dalam berbagai jenis kelamin, umur, tingkatan pendidikan, pekerjaan, taraf kebudayaan, agama, ideologi, pengalaman keinginan, hobi, cita-cita dan sebagainya dan keberadaan mereka terpencar-pencar sehingga satu sama lain tidak saling kenal.
- 2) Pribadi : Pendengar yang berada dalam keadaan heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat, akan mudah menerima dan mengerti isi pesan yang di sampaikan oleh pembicara radio, yang seolah-olah datang bertamu kerumah pendengar, layaknya seseorang yang berbicara dengan temannya, sehingga terkesan bersifat pribadi.
- 3) Aktif : Pendengar radio bersifat aktif, maksudnya mereka aktif dalam berfikir dan aktif dalam memberi penilaian dan pesan yang di

<sup>42</sup> Romeltea Online, *Karakteristik Pendengar Radio*, <https://romeltea.com/karakteristik-pendengar-radio/> (diakses pada 15 Juli 2019).

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sampaikan melalui radio siaran tersebut, apakah benar atau salah, apakah sesuai dengan fakta atau tidak, menarik atau tidak. Selain itu pendengar juga aktif dalam berinteraksi, apabila pendengar dalam berfikir bahwa acara yang di siarkan radio memberikan hal-hal yang menguntungkan atau yang mengena pada kondisi dan situasi pendengar.

- 4) Selektif : Pendengar radio memiliki sifat selektif, artinya pendengar akan memilih radio yang di sukainya. Apabila ada program yang kurang menarik baginya, maka dengan mudah pendengar akan memindahkan program atau gelombang radio tersebut dan menggantinya dengan program atau gelombang radio lainnya yang menurut nya menarik<sup>43</sup>.

<sup>43</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran (Teori dan praktek)*, (Bandung : Mondar Maju, 1991), Hal :



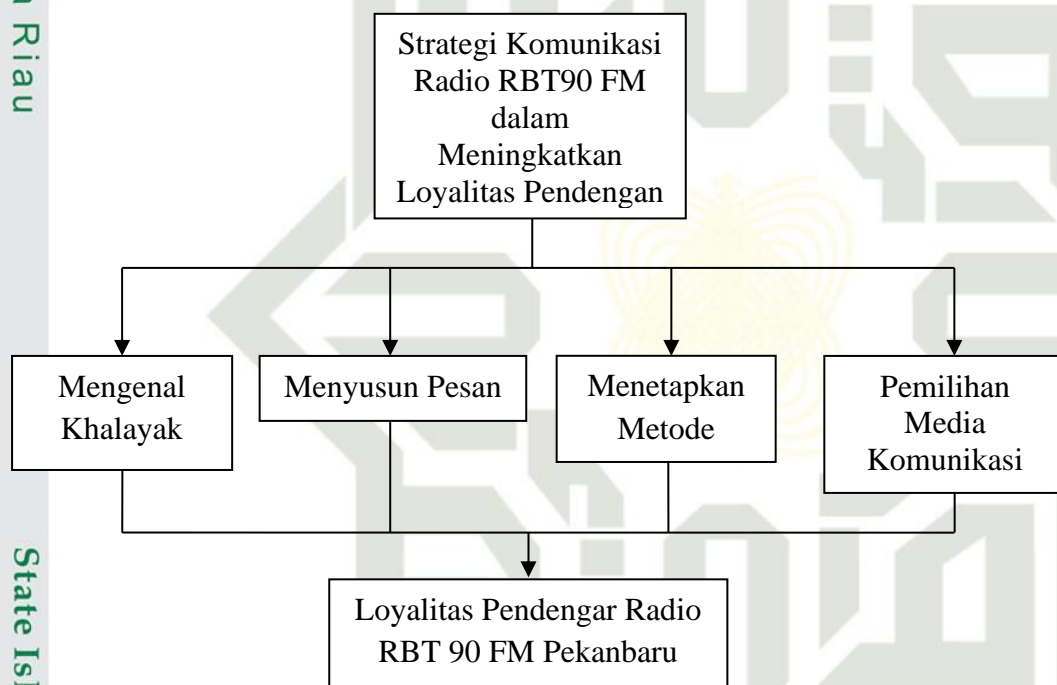
### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Kerangka Pikir

Berdasarkan landasan teori yang telah peneliti paparkan pada bagian sebelumnya, peneliti mencoba membuat kerangka pemikiran agar peneliti dapat dengan mudah berjalan pada fokus dan laju yang telah dibuat. Berikut kerangka yang peneliti coba sajikan, dengan menggunakan sebuah bagan sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Pikir



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang mana seorang peneliti mulai berfikir secara induktif, yaitu menangkap berbagai fakta dan fenomena-fenomena sosial, melalui pengamatan dilapangan, kemudian menganalisisnya dan kemudian berupaya melakukan teorisasi berdasarkan apa yang diamati itu<sup>44</sup>.

Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalam nya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau *sampling* nya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang di teliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya<sup>45</sup>.

#### A. Jenis dan Pendekatan Peneliti

1. Jenis penelitian ini yang di gunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif, menggunakan metode Wawancara mendalam (*Depth Interview*), yaitu metode riset dimana periset melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus untuk menggali informasi dari responden. Karena itu, Responden disebut juga informan. Karena wawancara di lakukan lebih dari sekali. Biasanya metode ini menggunakan sampel yang terbatas, jika periset merasa data yang dibutuhkan sudah cukup maka tidak perlu mencari sampel yang lain. Metode ini memungkinkan periset untuk mendapatkan alasan detail dari jawaban responden yang antara

<sup>44</sup> Bungin Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: KENCANA, 2008), Hlm: 6.

<sup>45</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: KENCANA, 2006), Hlm : 56

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lain mencakup opininya, motivasinya nilai-nilai atau pengalaman-pengalamannya<sup>46</sup>.

Penelitian pada program RBT Talk 90 dengan cara mengumpulkan data sedalam-dalam nya tanpa mengutamakan besarnya populasi atau sampling, dengan melakukan wawancara mendalam dan terus menerus untuk menggali informasi dari narasumber. Dokumentasi dengan mengumpulkan data-data, foto-foto dan catatan penting yang berhubungan dengan program RBT Talk 90. Serta observasi dengan mengamati langsung ke lapangan bagaimana proses pelaksanaan pada Program RBT Talk 90.

2. Pendekatan penelitian kualitatif pada hakikat nya adalah mengamati orang dalam lingkungannya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitar nya. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman tentang suatu peristiwa atau perilaku manusia dalam suatu organisasi atau institusi<sup>47</sup>.

Pendekatan penelitian pada program RBT Talk 90 dengan mengamati langsung ke lapangan orang-orang dan lokasi yang akan di jadikan objek penelitian, melakukan interaksi dengan mereka mulai dari menghubungi administrasi Radio, yang kemudian di pertemuan dengan narasumber utama yakni Billi Pranata selaku General Manager dan pemilik program RBT Talk 90, meminta izin untuk melakukan penelitian, yang kemudian menyesuaikan jadwal untuk melakukan penelitian dan melakukan wawancara penelitian.

#### Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada 30 Januari 2020 sampai dengan selesai. Berdasarkan objek penelitian yang akan penulis teliti adalah program RBT Talk 90, dimana program tersebut melakukan siaran di Radio RBT 90 FM

<sup>46</sup> Rachmat Kriyantono Ph.D, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta : KENCANA, 2006), Hal : 62.

<sup>47</sup> Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : DEEPUBLISH, 2018), Hal : 1.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru yang bertempat di Jalan RajaWaliSakti 90D, Panam Pekanbaru 28293.

### Sumber Data

Data merupakan bagian yang sangat penting bagi peneliti, di karenakan data menjadi hal yang menentukan baik tidaknya sebuah penelitian. Ketepatan memilih sumber data dapat menentukan hasil serta kesimpulan yang akan di dapatkan. Ada dua jenis sumber data yang akan di kumpulkan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang terhimpun secara langsung dari sumbernya dan lebih mencerminkan kebenaran. Pada penelitian ini, data primer bersumber dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi pada radio RBT 90FM.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang di peroleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa dokumentasi atau arsip baik yang di publikasikan maupun yang tidak di publikasikan secara umum<sup>48</sup>.

### D. Informan Penelitian

Dalam menentukan informan penelitian, terdapat informan kunci dan informan pelengkap, dimana penulis menetapkan 3 informan pada penelitian ini, 1 informan kunci, dan 2 informan pelengkap.

#### 1. Informan Kunci

Informan kunci merupakan pihak-pihak yang bertindak sebagai fokus utama dalam wawancara dan dapat memberikan informasi yang diperlukan

<sup>48</sup>Rachmat Kriyantono Ph.D, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hlm: 42

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tentang objek yang di teliti. Yang menjadi informan kunci dalam penelitian ini adalah 1 orang, yaitu yang menjadi General Manager di Radio RBT 90 FM Pekanbaru, Billi Pranata. Alasan pemilihan Billi Pranata sebagai informan kunci adalah karena program RBT Talk 90 merupakan program yang di tangani Beliau dari awal terciptanya program tersebut.

#### 2. Informan Pelengkap

Yang menjadi informan pelengkap dari penelitian ini adalah staf-staf di Radio RBT 90 FM Pekanbaru, yaitu yang menjadi penyiar Billi Pranata, dan Dian Citra Andriani, dan yang menjadi CO Program Robi Ratno. Selain sebagai kunci berjalan program RBT Talk 90, Billi Pranata juga berperan sebagai penyiar para program tersebut. Dian Citra Andriani yang juga termasuk penyiar kedua pada program RBT Talk 90. Serta Robi Ratno selaku CO program, yang akan menyetujui setiap program yang akan di jalan kan.

Berikut data informan penelitian pada program RBT Talk 90

Gambar 2. Data informan penelitian

Data Informan Penelitian Program RBT Talk 90	
Billi Pranata (Informan Kunci)	General Manager
	Penyiar I
RobY Ratno (Informan Pelengkap)	CO Program
Dian Citra Andriani (Informan Pelengkap)	Penyiar II

#### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang di gunakan peneliti sebagai berikut :

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1. Wawancara

Adalah proses kegiatan untuk memperoleh keterangan atau penjelasan untuk tujuan penelitian dengan jalan melakukan tanya jawab secara bertatap muka. Teknik yang digunakan adalah wawancara bebas terpimpin, yaitu penulis mengajukan beberapa pertanyaan yang telah dipersiapkan, kemudian langsung dijawab oleh informan dengan bebas terbuka untuk memperoleh data yang di butuhkan mengenai strategi komunikasi Radio RBT 90 FM Pekanbaru pada progrm RBT Talk 90.

### 2. Observasi

Observasi adalah cara penelitian untuk memperoleh data dalam bentuk mengamati serta mengadakan pencatatan dari hasil observasi<sup>49</sup>. Teknik observasi yang penulis gunakan adalah sifatnya langsung mengamati objek yang diteliti, yaitu strategi komunikasi Radio RBT 90 FM Pekanbaru pada program RBT Talk 90.

### 3. Dokumentasi

Mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data dengan cara pengumpulan dokumen berupa foto, catatan maupun data radio RBT 90 FM Pekanbaru pada program RBT Talk 90.

### Validitas Data

Setiap riset yang di lakukan harus bisa dinilai. Ukuran kualitas sebuah riset terletak pada kesahihan atau validitas data yang di kumpulkan selama riset. Validitas riset kualitatif terletak pada proses periset turun ke lapangan mengumpulkan data dan sewaktu proses analisis interpretatif data.

Pada penelitian ini penulis menggunakan validitas data jenis triangulasi, yang menganalisa jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya menggunakan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Triangulasi

<sup>49</sup> Feraz Basafi Abbas, op. Cit. Hal : 10.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melihat sesuatu realitas dari berbagai sudut pandang atau perspektif dari berbagai segi sehingga kredibel dan akurat.

Penulis menggunakan triangulasi metode menunjuk pada upaya peneliti membandingkan temuan data yang diperoleh dengan menggunakan suatu metode tertentu dengan data yang di peroleh dengan menggunakan data yang lain. Usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset.

Dan juga menggunakan triangulasi sumber data dengan menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber data. Baik dalam bentuk dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi dan gambar atau foto.

#### G. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Patton yang di kutip Yusuf dan Hardi Utama dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif menjelaskan bahwa, analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan urutan dasar. Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian yang kemudian data yang terkumpul dari wawancara mendalam dan dokumen-dokumen yang di dapat, diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori tertentu.

Pada penelitian ini, data penelitian yang telah di kumpulkan selanjutnya dilakukan pengujian validitas menggunakan uji triangulasi data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang di peroleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Langkah-langkah yang di tempuh dalam triangulasi data meliputi membandingkan data hasil wawancara, membandingkan apa yang di katakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang di katakannya sepanjang waktu, membandingkan keadaan dan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas, dan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Uji validitas yang di lakukan dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan jawaban kedua narasumber serta membandikan kondisi radio yang di teliti dengan data-data dari lembaga penyiaran swasta.

Untuk menjawab perumusan masalah yang di tetapkan penulis maka analisis data yang menjadi acuan dalam penelitian ini mengacu pada beberapa tahapan yang di jelaskan oleh Miles dan Huberman yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu pengumpulan informasi melalui wawancara terhadap narasumber kunci (*key Information*) yang relevan terhadap penelitian kemudian observasi langsung di lapangan untuk menunjang penelitian yang di lakukan agar mendapatkan sumber data yang di harapkan, reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan di lapangan selama meneliti, penyajian data yaitu kegiatan sekumpulan informasi dalam bentuk teks naratif, grafik jaringan, tabel dan bagan yang bertujuan mempertajam pemahaman penelitian terhadap informasi yang di pilih kemudian di sajikan dalam tabel ataupun uraian penjelasan, dan tahap akhir berupa penarikan kesimpulan atau verifikasi, yang mencari arti pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proporsi.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PROGRAM RBT TALK 90

#### A. Program RBT Talk 90

RBT Talk 90 merupakan salah satu program unggulan Radio RBT 90 FM Pekanbaru, yang bercerita tentang isu-isu yang tengah berkembang di masyarakat dengan menghadirkan narasumber-narasumber yang berkaitan langsung dengan isu yang akan di bahas.

Penyiaran program RBT Talk 90 mulai direncanakan oleh Billi Prana selaku pemilik program mulai dari pertengahan tahun 2018, dan mulai beroperasi pada 6 Februari 2019. Program RBT Talk 90 di siarkan live di Radio RBT Talk 90 Pekanbaru setiap senin dan kamis pada jam 09.00 hingga 10.00. Selain siaran live, program RBT Talk 90 juga menshare setiap dokumentasi siaran pada media sosial serta Radio *Streaming*.

#### B. Sejarah Radio RBT 90 FM Pekanbaru

Radio RBT berdiri sejak tahun 2012, sebelum kepemilikan radio berganti nama, radio ini terdahulu yaitu Dplus yang di ambil dari singkatan radio Pesona Lembang Swara Serumpun yang beralamat di jalan HR. Soebrantas depan Giant Panam.

Setelah kepemilikan berganti, nama Radio pun berubah dari Dplus menjadi Radio Back Tone, yang menjelaskan Radio ini beridentikkan dengan musik dan lagu-lagu saja.

Seiring waktu, Radio Back Tone memiliki banyak iklan dan banyaknya program-program terbaru yang di senangi masyarakat, sehingga nama radio back tone berubah lagi menjadi RBT yang tanpa ada kepanjangan, sehingga nama radio ini menjadi RBT 90 FM sampai sekarang, yang kantornya beralamat di Jl. Rajawali Sakti No 90 D, Panam.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama perusahaan Radio ini PT Radio Pesona Lembayung Swara Serumpun dan dengan nama udara Radio RBT 90 FM Pekanbaru, yang bergerak di bidang media penyiaran dengan slogan *"The Music Factory"*. Dengan kepemilikan oleh Bapak H.Yuyun Hidayat,ST, MS.c dengan penanggung jawab Ibuk Siti Maisarah selaku Direktur Utama Radio RBT 90 FM Pekanbaru.

Radio RBT 90 FM Pekanbaru sebagai wadah berkreasi, berkeaktifitas serta mengembangkan potensi bagi penerus bangsa, berpartisipasi menyampaikan informasi, edukasi, hiburan dan kontrol sosial yang baik bagi masyarakat.

Prestasi yang membanggakan bagi Radio RBT 90 FM adalah semakin hari dapat menghasilkan konten siaran dengan kualitas terbaik bagi masyarakat kota Pekanbaru dan sekitarnya. Radio RBT saat ini di kenal sebagai radio independen yang memiliki izin dari Dirjrn PARPOSTEL (tahun 2010). Selain itu juga ditunjang dengan daya pancar yang kuat, acara yang berkualitas, SDM yang profesional dan ahli serta positional Radio RBT sangat jelas.

Luas jangkauan Radio RBT 90FM Pekanbaru meliputi Pekanbaru-Minas 31 KM, Pekanbaru-Kandis 65 KM, Pekanbaru-Perawang-Dayun 100 KM, Pekanbaru-Pangkalan Kerinci 78 KM, Pekanbaru-Bangkinang 64 KM, Pekanbaru-Lipat Kain 73 KM, dan Pekanbaru-Rantau Berangin 81 KM.

#### Visi dan Misi Radio RBT 90 FM

Visi :

Visi Radio RBT 90 FM yaitu menggerakkan kegiatan penyiaran radio yang sesuai dengan prinsip-prinsip radio publik yang independen, netral dan mandiri khususnya di kalangan generasi muda yang mengacu pada Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah.

Misi:

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Memberikan pelayanan informasi, pendidikan dan hiburan kepada lapisan masyarakat.
2. Ikut mencerdaskan kehidupan bangsa dan mendorong terwujudnya masyarakat yang informatif.
3. Mempererat persatuan dan kesatuan.
4. Menumbuhkan kesadaran masyarakat, bangsa dan bernegara yang demokratis dan berkeadilan serta menjunjung tinggi supremasi hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM).

#### D. Bentuk Kegiatan

Bentuk promosi kegiatan yang dapat dilakukan melalui media Radio RBT 90 FM diantaranya :

##### 1. Iklan Spot

Iklan lepas dalam bentuk rekaman (Jingle) berdurasi antara 30-60 detik, diputar sesuai permintaan. Iklan yang di munculkan seperti iklan layanan masyarakat, iklan produk, iklan spot,. Iklan produk seperti makanan, minuman, jasa, brand, toko dan lain sebagainya.

##### 2. Talk Show

Mengenal lebih jauh suatu produk atau program promosi yang perlu di masyarakatkan. Narasumber bisa lebih leluasa memberikan pemaparan sekaligus bisa berinteraksi langsung dengan pendengar melalui line telepon.

##### 3. Greeting

Rekaman berdurasi 30-60 detik, berisi ucapan “selamat” dan lainnya sesuai dengan momen yang sedang berjalan.

##### 4. Berita

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rekaman berdurasi 3-5 menit, berisi informasi atau berita terupdate yang dibacakan di sela-sela program lagu.

#### 5. Advetorial

Bentuk penyampaian pesan komersial dalam bentuk rekaman berupa artikel/ karangan pokok tentang periklana yang menjelaskan suatu produk/ program kerja/ kegiatan. Artikel bisa berupa biografi singkat, kegiatan yang dilakukan, sosialisasi program kerja, pemaparan Visis-Misi dan lain-lain. Durasi rekaman, 2 hingga 10 menit.

#### 6. Siaran langsung

Siaran langsung darilokasi kegiatan. Radio RBT akan menurunkan Tim serta peralatan dan melakukan siaran langsung dari lokasi kegiatan.

### E. Data Radio

Data Radio RBT 90 FM Pekanbaru memiliki badan Hukum PT Radio Lembayung Swara Serumpun dengan nama udara adalah RBT 90 FM Pekanbaru. Radio RBT di kenal sebagai radio independen yang memiliki izin dari Dirjrn PARPOSTEL (tahun 2010) dengan nomor 93042011 serta izin Frekwensi 01473029-000SU/2020112014.

Radio RBT 90 FM Pekanbaru memiliki slogan *The Music Factory* dengan menghadirkan berbagai macam music dengan persentase Indonesia populer 50%, Barat 40%, Tradisional/Daerah 5%, serta musi lainnya 5%. Tidak hanya music, namun juga menghadirkan acara talk show yang membahas tentang keagamaan, pendidikan, olahraga, dan hiburan. Selain talk show, Radio RBT juga menghadirkan iklan berupa iklan layanan masyarakat, iklan produk, iklan spot dan lain sebagainya.

Usia pendengar Radio mulai dari usia 17 tahun hingga usia 45 tahun dengan persentase pendengar wanita 60%, dan pria 40%. Jangkauan siar Radio RBT 90 FM Pekanbaru adalah wilayah Pekanbaru dan sekitarnya dengan daya



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemancar sebanyak 3000 watt. Radio RBT melakukan siaran mulai dari pukul 06.00 hingga 02.00 WIB. Radio RBT juga memiliki Radio *Streaming* dengan link [www.rbt90fm.net](http://www.rbt90fm.net).

Gambar 3. Tabel Data Radio

NO	DATA RADIO	
1	Nama Badan Hukum	PT RADIO PESONA LEMBAYUNG SWARA SERUMPUN
2	Nama Stasiun Rad	RBT 90 FM Pekanbaru
3	Izin Dirjen parpostel	93042011
4	Izin Frekwensi	01473029-000SU/2020112014
5	Slogan	<i>The Music Factory</i>
6	Format Kata	Music, Berita, Penerangan, Pendidikan & Kebudayaan, Agama, Olahraga, Hiburan, Iklan, Acara Penunjang/Layanan Masyarakat
7	Format music	Indonesia Populer 50%, Barat 40%, Tradisional/Daerah 5%, music lainnya 5%
8	Jenis Kelamin	Pria 40%, Wanita 60%
9	Usia	17-45 Tahun
10	Daya Pemancar	3000 Watt
11	Jangkauan Siar	Pekanbaru dan sekitarnya
12	Streming	<a href="http://www.rbt90fm.net">www.rbt90fm.net</a>
13	Waktu Siar	06.00 s/d 02.00 WIB

### Program Siaran Radio RBT 90FM

Radio RBT merupakan radio dengan slogan “*The Music Factory*”, berlokasi di Jalan Rajawali Sakti 90D, Panam Pekanbaru yang menghadirkan berbagai macam musik dan program-program unggulan mulai dari RBT talk 90, RBT NGEMIL (Ngobrol Enak Millennial), Kilas 90, NINE’O Movie, Potret Pekanbaru, 90 Charity, RBT Pedia, NINE’O Pranks.

Berikut program-program yang dihadirkan Radio RBT 90 FM :

1. RBT talk 90 setiap Senin dan Kamis 09.00 - 10.00

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RBT talk 90 merupakan program talk show yang dikemas dengan suasana santai, membahas isu-isu hangat yang ada di masyarakat dengan cara sederhana bersama narasumber hebat dan menginspirasi. Serta berbagai musik yang menemani setiap aktifitas.

2. RBT NGEMIL (ngobrol Enak Millennial). Setiap Sabtu 20.00 – 21.00

Program soft talkshow yang dikemas apik dan menarik dengan menghadirkan narasumber yang berkompeten, mengupas sebuah topik ringan, topik yang sedang viral, dan menginspirasi yang berefek positif terhadap kalangan millennial yang kreatif.

3. Kilas 90. Setiap Senin – Jum'at (07.00-07.15), (11.45-12.00), 17.00-17.15).

Program berita yang bertujuan untuk memberikan informasi dan wawasan penting tentang apa yang terjadi di sekitar kita. Merangkum berita Nasional, Daerah, Ekonomi dan Bisnis, Entertainment dan Olahraga.

4. Nine'O Movie. Setiap Jum'at 15.00-16.00

Ulasan sinopsis lengkap dengan trailer film-film baru, terpopuler, terlaris, dan terbaik Hollywood, Indonesia, Korea, India, yang akan dan sedang tayang di Bioskop, Program ini dikemas dengan ciamik dan menarik.

5. Potret Pekanbaru. Setiap Senin-Jum'at 07.00-09.00

Program unggulan pagi dengan membuka line telepon interaktif dengan KAWAN RBT untuk langsung menyampaikan keluhan-keluhan maupun masukan-masukan pro kontra masyarakat seputar kota Pekanbaru. Seperti :Hot issue, Sampah, Jalan rusak, Transportasi, Asap traffick dan lain sebagainya. Pada program ini Host hanya sebagai penengah, netral/tidak berpihak pada pihak tertentu saat program berlangsung.

6. 90 Charity. Setiap jum'at 14.00-15.00

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Program peduli atau CSR ala RBT 90 FM untuk dapat peduli terhadap kalangan fakir miskin yang anggota keluarganya sedang sakit keras namun terkendala dengan biaya, masyarakat pinggiran, bencana alam dan lain sebagainya yang di kemas agar para donatur dapat berdonasi menyalurkan sebagian rejekinya bagi kalangan tersebut untuk meringankan beban mereka.

#### 7. RBT Pedia. Setiap Selasa&Kamis 09.00-12.00

Program ringan sebagaia teman beraktifitas dan mobiling denganmengemas informasi-informasi menarik dan unik dengan simpel namun padat seputar tekhnologi, games, aplikasi, tips and trick mengulas review gadged serta berbagain fiturnya.

#### 8. Nine'O Pranks. Setiap Senin-Kamis 15.00-16.00

Sebuah program lelucon, aksi joke heboh di kaum Millenial yang dikemas untuk menghibur KAWAN RBT 90FM yang masih beraktifitas sore dan mobiling.

### G. Jumlah Data Pendengar Radio

Radio RBT memposisikan diri sebagai radio dewasa dengan usia pendengar 17 – 45 tahun sebagai berikut :

Gambar 4. Table usia dan persentase pendengar Radio RBT

Usia	Persentase	Gender	
		pria	wanita
17-19 tahun	10%	40%	60%
20-24 tahun	20%		
25-29 tahun	20%		
30-34 tahun	20%		
35-39 tahun	20%		
40-45 tahun	10%		



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

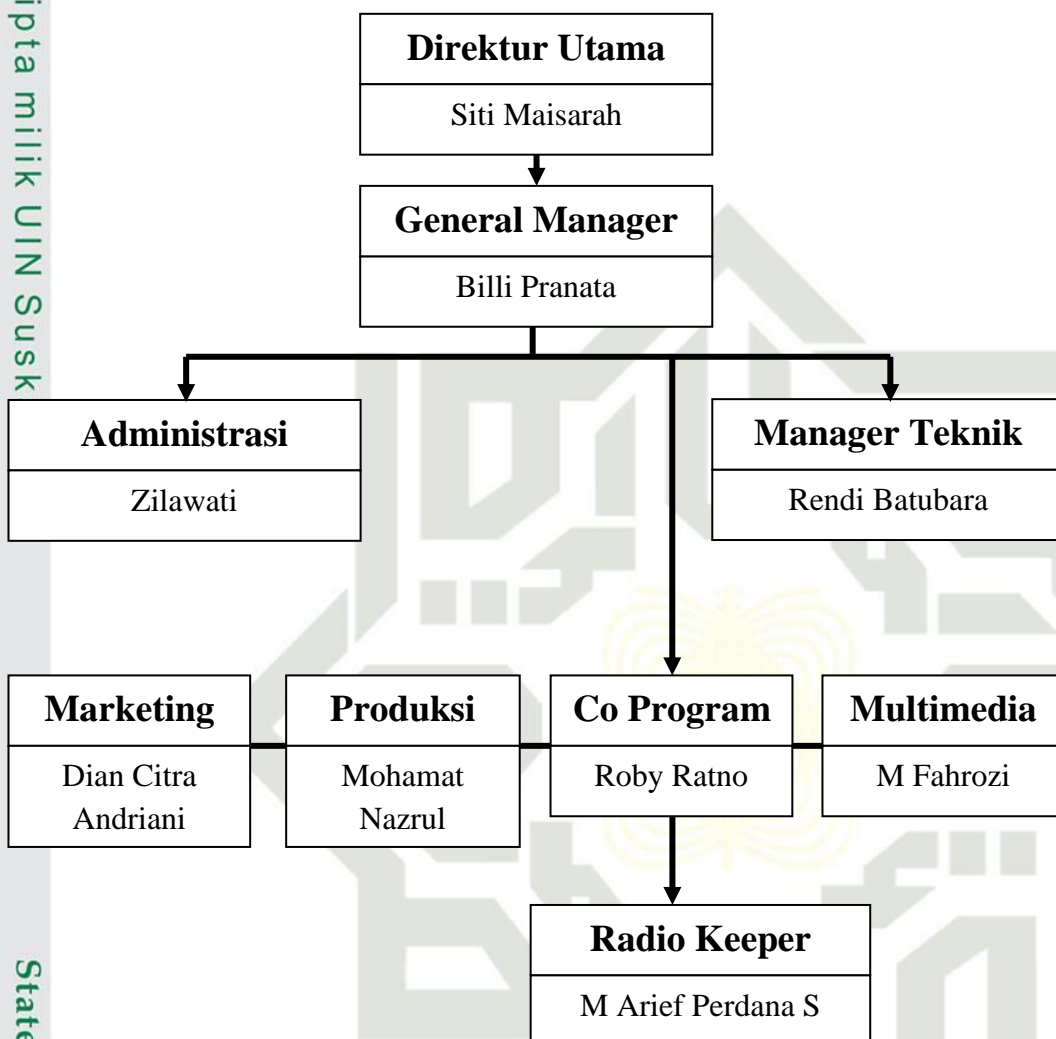
### H. Struktur Organisasi

Radio RBT 90 FM Pekanbaru pertama kali berdiri pada tahun 2012 dengan status kepemilikan oleh Bapak H.Yuyun Hidayat,ST, MS.c dengan penanggung jawab Ibu Siti Maisarah selaku Direktur Utama Radio RBT 90 FM Pekanbaru.

Billi Pranata selaku General Manager Radio RBT 90 FM Pekanbaru, sekaligus pemilik program serta penyiar pada program RBT Talk 90. Zilawati selaku administrasi Radio, Rendi Batubara selaku manajer teknik, Dian Citra Andriani selaku tenaga marketing serta melibatkan diri sebagai penyiar pada program RBT Talk 90, Mohamat Nazrul selaku tim produksi, Roby Ratno selaku CO program yang menentukan apakah suatu program tersebut sudah layak siar atau belum, M. Fahrozi yang memegang kendali dalam multimedia yang melakukan pengambilan gambar serta dokumentasi siaran untuk di share pada sosial media.

Struktur organisasi ini mulai diberlakukan mulai dari awal 2018. Berikut struktur organisasi yang penulis peroleh dari melakukan observasi :

Gambar 5. Struktur Organisasi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### RBT Coverage Area

Radio RBT 90 FM Pekanbaru memiliki jangkauan siar meliputi Pekanbaru-Minas 31 KM, Pekanbaru-Kandis 65 KM, Pekanbaru-Perawang-Dayun 100 KM, Pekanbaru-Pangkalan Kerinci 78 KM, Pekanbaru Bangkinang 64 KM, Pekanbaru-Lipat Kain 73 KM, dan Pekanbaru-Rantau Berangin 81 KM. Dengan jumlah pendengar lebih kurang 300.000 pendengar.

Gambar 6. RBT Coverage Area







#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari uraian yang telah penulis jelaskan dari bab I sampai dengan bab V, dan berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan “Strategi Komunikasi Radio RBT 90 FM Pekanbaru dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar pada Program RBT Talk 90”, maka penulis simpulkan ada empat strategi untuk meningkatkan loyalitas pendengar radio RBT 90 FM Pekanbaru pada program RBT Talk 90.

*Pertama* strategi pengenalan khalayak, agar terciptanya pendengar yang loyal, program RBT Talk 90 terlebih dahulu mengetahui khalayak yang akan dituju untuk menyampaikan pesan komunikasi. Sasaran khalayak program RBT Talk 90 adalah wilayah Pekanbaru dan sekitarnya, radio *streaming*, serta media sosial karna setiap siaran live program RBT Talk 90 selalu di dokumentasikan dan di *share* di setiap sosial media yang di gunakan oleh Radio RBT 90 FM Pekanbaru.

*Kedua* strategi penyusunan pesan, loyalitas pendengar akan berpengaruh apabila penyusunan pesan komunikasi tersusun dengan baik. Dalam penyusunan pesan komunikasi pada program RBT Talk 90 pada Radio RBT 90 FM Pekanbaru dimulai dari menentukan tema yan bersentuhan langsung dengan persoalan masyarakat. Mencari tema yang tidak menimbulkan polemik baru di masyarakat, tidak memprofokasi masyarakat. Serta menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pendengar tanpa menimbulkan tanda tanya.

*Ketiga* strategi metode penyapaian pesan, agar pendengar loyal program RBT Talk 90 dapat menerima pesan komunikasi dengan baik, program RBT Talk 90 mempengaruhi khalayak dengan menetapkan beberapa metode,

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terdapat dua aspek metode dalam penyampaian pesan yaitu dari segi pelaksanaan serta isi. Dari segi pelaksanaan nya RBT Talk 90 menyampaikan pesan komunikasi dengan cara mengulang seperti menghimbau khalayak untuk menjaga kesehatan. Sedangkan dari segi isi RBT Talk 90 menyampaikan pesan komunikasi secara informatif, edukatif serta persuasif. Secara informatif, dimana informasi yang di sajikan merupakan informasi-informasi baru yang masih hangat kemudian di siarkan di Radio RBT 90 FM Pekanbaru. Secara edukatif, dimana pesan yang di sampaikan memberikan pengajaran yang dapat menjadi sumber pengetahuan. Serta persuasif, selain memberikan informasi baru dan menarik serta pengajaran yang dapat menjadi sumber pengetahuan, pesan komunikasi RBT Talk 90 juga berisi ajakan dan himbauan.

*Keempat* strategi pemilihan media, agar tersampaikan pesan komunikasi dengan baik kepada pendengar yang loyal, Program RBT Talk memilih media komunikasi yang umum di gunakan oleh masyarakat. Pemilihan media komunikasi program RBT Talk 90 ialah sosial media serta *streaming*. Sosial media yang digunakan yakni, Instagram, Twitter, Facebook, serta Youtube. *Streaming* dengan link [www.rbt90fm.net](http://www.rbt90fm.net).

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah di uraikan di atas, maka penulis memberi saran untuk kemajuan Radio RBT 90 FM Pekanbaru :

1. Radio RBT 90 FM Pekanbaru diharapkan mampu mempertahankan program RBT Talk 90, dan tetap menjadi program unggulan dan favorit pendengar, selain itu Radio RBT 90 FM bisa membuat inovasi yang menarik pada program tersebut, sehingga tidak membosankan saat di dengar oleh pendengar.
2. Di harapkan program RBT Talk 90 juga menghadirkan narasumber yang lumayan menghibur dan tidak hanya seputar menginformasi dan mengedukasi, namun juga menghibur.

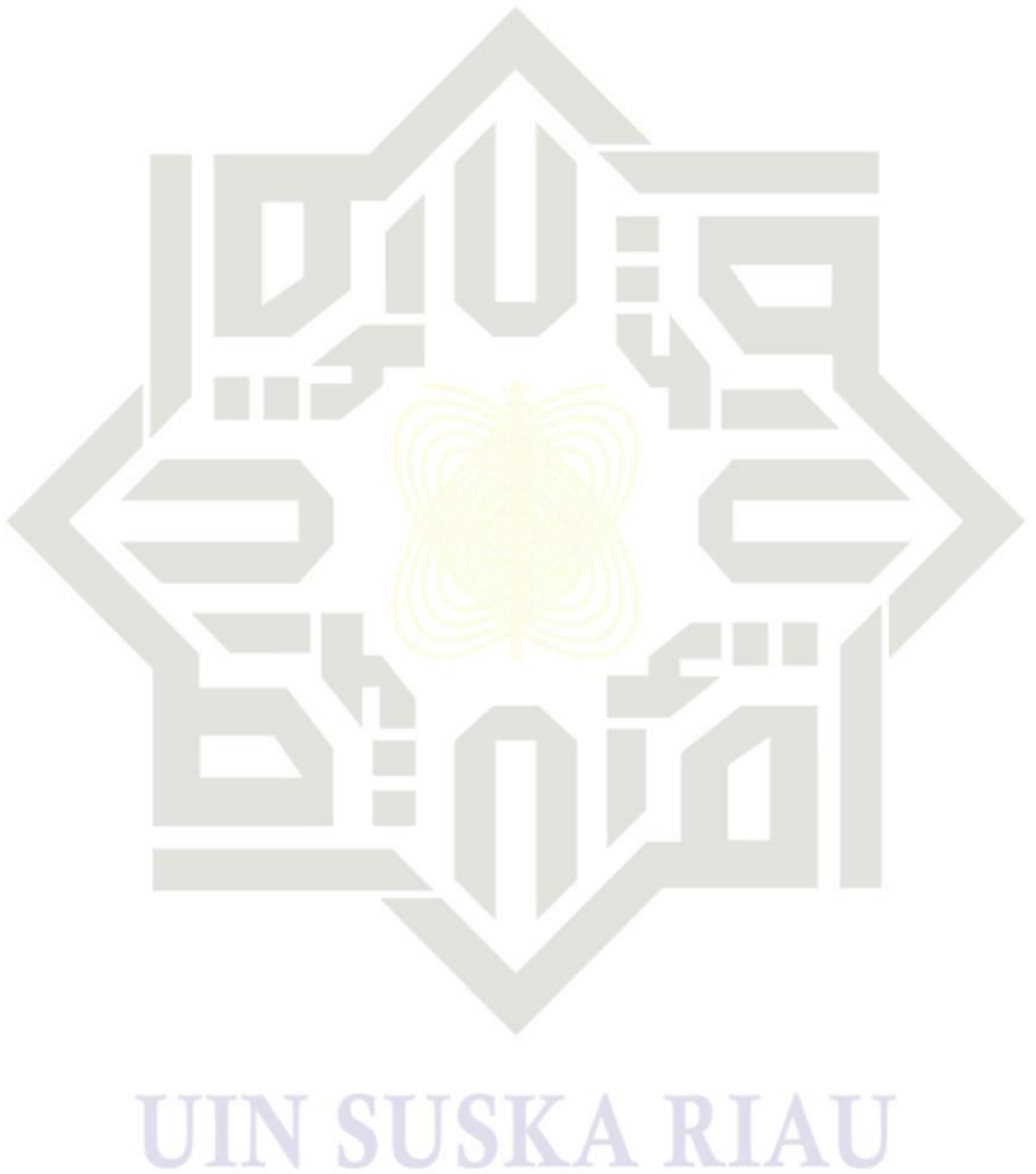
3. Selain menghadirkan narasumber-narasumber yang menginspirasi dari kalangan atas, atau petinggi. Di harapkan program RBT Talk 90 menghadirkan narasumber dari kalangan masyarakat biasa, untuk menyuarakan pendapatnya terhadap kehidupan masyarakat di Pekanbaru.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ardianto, Elvinaro. 2004, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Burhan Bungin. 2008, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: KENCANA.
- Cangara, Hafied, 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Cangara, Hafied, 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 1991. *Radio Siaran (Teori &Praktek)*, Bandung : Mandar Maju.
- Gejir, I Nyoman. 2017, *Media Komunikasi dalam Penyuluhan kesehatan*, Yogyakarta : ANDI.
- Junaedi. 2019. *Loyalitas pelanggan pemasangan iklan televisi dalam acara tembang pantura*, Yogyakarta : Deepublish.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta : KENCANA.
- Morrissan, 2008. *Managemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio Dan Televisi)*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Ningrum, Fatmasari. 2007, *Sukses Menjadi Penyiar, Script Writer, Reporter Radio*. Jakarta : Swadaya.
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Deepublish.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Satrianawati. 2018. *Media dan Sumber Belajar*, Yogyakarta : Deepublish

Suryati, Lili. 2019. *Manajemen Pemasaran (suatu strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan)*, Yogyakarta : Deepublish.

#### Jurnal

Abbas, Feraz Basafi. 2013. *Strategi Komunikasi Prudent Radio 102,8 FM dalam Produksi Program Siaran Acara Prudent Hits 10*, Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.

Abdi, M Rizki Majistra. 2016. *Strategi Komunikasi Radio dalam Memperoleh Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon)*, Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga.

Alfazriani, Iretta. 2011. *Pengaruh Kepuasan Pendengar terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba FM*, Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.

Efrianti, Reza. 2015. *Strategi Komunikasi Green Radio 96,7 FM Pekanbaru dalam mewujudkan Visi dan Misi sebagai Radio Berbasis Lingkungan Hidup*, Pekanbaru : UIN Suska Riau.

Maulana, Wahyu. 2014. *Strategi Komunikasi Radio RPK (Radio Pemerintah Kabupatensiak) 92,0 FM dalam Memberikan Kepuasan audiens di Kecamatan Mempura Hilir*, Pekanbaru : UIN Suska Riau.

Prinaldi, Anggi Aswan. 2017. *Strategi Komunikasi Radio Pemerintah Daerah Kuantan Singingi dalam Menarik Minat Pendengar*, Pekanbaru : UIN Suska Riau.

Putri, Vadilla Nandika. 2018. *Strategi Komunikasi Radio Dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio Tidar Magelang 94,3 FM*, Magelang : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sinaga, Corry Novrika AP. 2017. *Strategi Komunikasi Radio Komunitas USUKOM FM dalam Mempertahankan Eksistensinya*, Medan : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

**Website/ Internet**

<https://www.komunikasipraktis.com/2015/10/strategi-komunikasi-pengertian-dan.html?l=1>

<http://ciputraceo.net/blog/2015/11/19/pengertian-loyalitas-dan-serba-serbi-pengertian-loyalitas-karyawan>

<https://romeltea.com/karakteristik-pendengar-radio/>

<https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-strategi-komunikasi-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-strategi-komunikasi/>

<https://www.google.com/amp/sp/pakarkomunikasi.com/konsep-komunikasi-dalam-media-radio/amp>



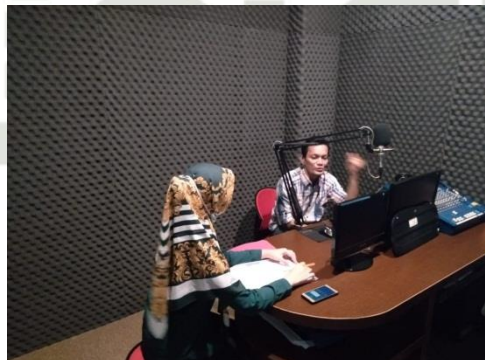
### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## Dokumentasi Penelitian

### 1. Wawancara General Manager/ Penyiar I



### 2. Wawancara CO Program



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Wawancara Penyiur II



### 4. Studio RBT



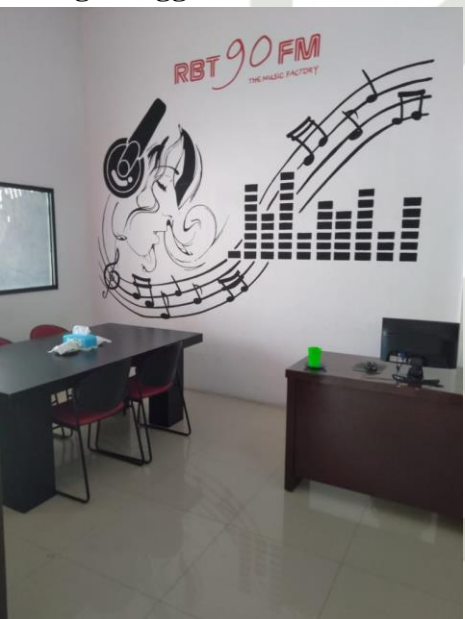


#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### 5. Ruang Tunggu





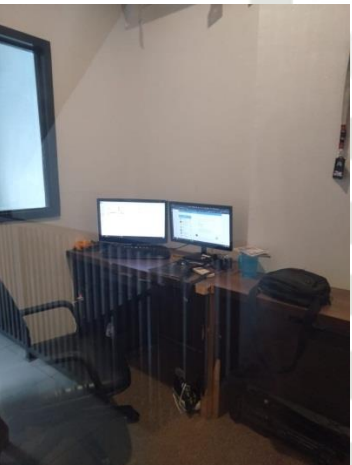
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**6. Ruang Administrasi**



**7. Ruang Editing**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Daftar Wawancara Program RBT Talk 90

### A. Strategi pengenalan khalayak

1. Khalayak seperti apa yang menjadi sasaran pendengar program RBT Talk 90 ?
2. Bagaimana radio RBT 90 FM mengenalkan programnya kepada khalayak agar terciptanya pendengar yang loyal ?
3. Bagaimana Radio RBT 90 menetapkan bahwa pendengar tersebut memiliki loyalitas pada program RBT Talk 90 ?
4. Apa yang menjadi pembeda program RBT Talk 90 dengan program yang lain, sehingga RBT Talk 90 menjadi program unggulan radio RBT 90 FM ?
5. Menyesuaikan dengan waktu khalayak mendengarkan radio, kapan waktu yang efisien bagi pendengar setia untuk mengikuti program RBT Talk 90 ?
6. Berapa persentase yang mendengarkan program RBT Talk 90 ?
7. Untuk menyesuaikan jarak siaran dengan pendengar, seberapa luas jangkauan Radio RBT 90 FM ?
8. Bagaimana radio RBT menciptakan komunikasi efektif agar pendengar tetap loyal terhadap program RBT Talk 90 ?
9. Bagaimana cara penyiar dalam membawakan program agar program menjadi menarik dan di dengar oleh khalayak ?

### B. Strategi penyusunan pesan

1. Apa saja yang di bahas dalam program RBT Talk 90 ?
2. Bagaimana arahan yang di berikan pada program RBT Talk 90 agar program berjalan dengan baik ?
3. Siapa sajakah yang di undang untuk menjadi narasumber pada program RBT Talk 90 ?
4. Bagaiman radio RBT menciptakan komunikasi yang efektif agar pendengar tetap loyal terhadap program RBT Talk 90 ?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Bagaimana Radio RBT menyusun tema agar tidak kehilangan pendengar setia pada program RBT Talk 90 ?
6. Dari segi tema dan isi, apa yang menjadi pembeda program RBT Talk 90 dengan program lainnya ?
7. Bagaimana cara menyampaikan materi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar ?

#### C. Metode penyampaian pesan

1. Bagaimana cara radio RBT menyampaikan pesan komunikasi secara berulang-ulang hingga tersampaikan kepada pendengar ?
2. Apa upaya yang di lakukan Radio RBT 90 FM agar pesan yang di sampaikan pada program RBT Talk 90 agar dapat mempengaruhi pendengar dan semakin tertarik untuk mendengarkan program RBT Talk 90 ?
3. Bagaimana radio RBT 90 Fm menyampaikan pesan sehingga dapat di jadikan sebagai informasi, serta mengedukasi pendengar dan dapat meyakinkan pendengar dari isi pesan yang di sampaikan tersebut ?

#### D. Pemilihan media komunikasi

1. Apakah radio RBT 90 FM melakukan siaran RBT Talk 90 secara *On Air* ?
2. Apakah radio RBT memiliki link radio *streaming* ?
3. Media seperti apa yang di gunakan untuk kelancaran program RBT Talk 90 dalam menyampaikan pesan komunikasi ?
4. Bagaimana pengemasan yang di lakukan Radio RBT 90 FM pada sosial media agar program RBT Talk 90 semakin menarik untuk di ikuti ?

UIN SUSKA RIAU





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Ha



UIN SUSKA RIAU

**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**كلية الدعوة و علم الاتصال**  
**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**  
 Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/8301/2019 Pekanbaru, 07 Rabiul Awal 1441 H  
 Sifat : Biasa 04 November 2019 M  
 Lampiran : -  
 Hal : Mengadakan Prariset

Kepada Yth.  
**Direktur Radio RBT 90 FM**  
**Pekanbaru**

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa akan datang menghadap saudara, mahasiswa kami :

N a m a : Havizhah Azkiyah  
 N I M : 11443201430  
 Semester : XI (Sebelas)  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

untuk mengadakan Prariset guna melakukan tinjauan awal penelitian sebagai tugas akhir (skripsi) tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

**"Strategi Komunikasi Radio dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio RBT 90 FM Pekanbaru"**

Untuk maksud tersebut kami mohon saudara berkenan memberikan petunjuk, rekomendasi dan data-data yang dibutuhkan terhadap persiapan pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam  
 Dekan,



**Dr. Nurdin, MA**  
 NIP. 19660620 200604 1 015


Tembusan :

1. Ketua Jurusan Komunikasi
2. Mahasiswa Yang Bersangkutan



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**كلية الدعوة و الاتصال**  
**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**  
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

---

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/052/2020      Pekanbaru, 11 Jumadil Awal 1441 H  
 Sifat : Biasa      07 Januari 2020 M  
 Lampiran : 1 (satu) Exemplar  
 Hal : Mengadakan Penelitian.

Kepada Yth,  
**Gubernur Riau**  
 Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
 Provinsi Riau  
 Di  
**Tempat**

**Assalamu'alaikum wr. wb.**

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:


N a m a	: HAVIZHAH AZKIYAH
N I M	: 11443201430
Semester	: XI (Sebelas)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

**Strategi Komunikasi Radio dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio RBT 90 FM Pekanbaru**

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam  
 a.n. Rektor,  
 Dekan,  
  
**Dr. Nurdin, MA**  
**NIP.19660620 200604 1 015**

Tembusan :

1. Mahasiswa yang bersangkutan





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmptsp@riau.go.id Kode Pos : 28126



032010

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/29617  
TENTANG

#### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/052/2020 Tanggal 7 Januari 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Nama              | : HAVIZHAH AZKIYAH  |
| 2. NIM / KTP         | : 11443201430   |
| 3. Program Studi     | : ILMU KOMUNIKASI   |
| 4. Jenjang           | : S1  |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS<br>PENDENGAR RADIO RBT 90 FM PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : RADIO RBT 90 FM PEKANBARU   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 13 Januari 2020



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU

#### Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan Radio RBT 90 FM Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TENTANG PENULIS**

Havizhah Azkiyah, dilahirkan di Batusangkar, 20 September 1995, merupakan anak kelima dari lima bersaudara, dari pasangan Bukhari dan Alm. Adimar. Penulis di besarkan di Nagari Pasie Laweh Kecamatan Sungaitarab, Kabupaten Tanah Datar Sumatera Barat. Pendidikan pertama penulis berawal dari TK Tunas Harapan Pasie Laweh pada tahun 2001, kemudia penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah Dasar Negeri 03 Pasie Laweh pada tahun 2002 hingga tahun 2008, kemudian penulis melanjutkan sekolah ke jenjang Sekolah Menengah Pertama yaitu Madrasah Tsanawiyah Negeri pasie Laweh pada tahun 2008 hingga tahun 2011, setelah itu penulis melanjutkan sekolah ke jenjang Sekolah Menengah Atas di Madrasah Aliyah Negeri I Model Bukittinggi mulai tahun 2011 hingga tahun 2014. Pada Tahun 2014 penulis tercatat sebagai Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Kosentrasi Broadcasting Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. Dengan proses pembelajaran yang di sertai kerja dan usaha, akhirnya penulis dapat menyelesaikan pendidikan Strata I di Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tangaal 09 Oktober 2020.

